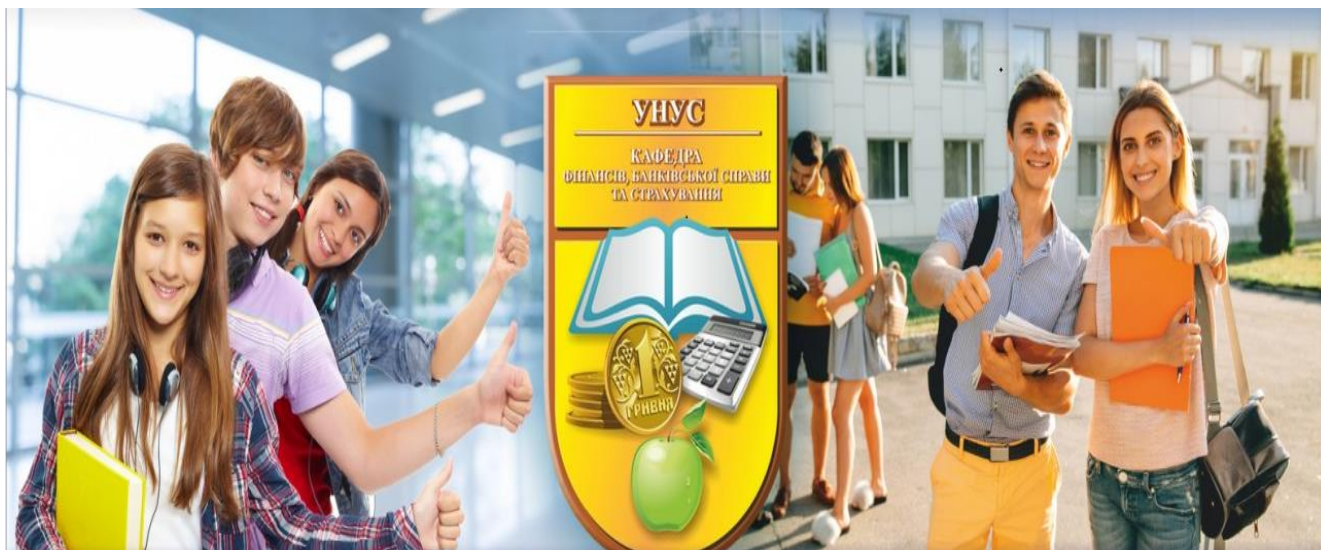


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА



**ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ ІІ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ**

***«Розвиток фінансово-кредитних систем: виклики
сьогодення»***

6-7 червня 2022 року

Умань 2022

Рекомендовано до друку вченою радою факультету економіки і підприємництва Уманського національного університету садівництва
(протокол № 6 від 16 червня 2022 року)

Редакційна колегія:

Нестерчук Ю.О. – д.е.н., професор, декан факультету економіки і підприємництва; **Непочатенко О.О.** – д.е.н., професор, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Мальований М.І.** – д.е.н., професор, проректор з науково-педагогічної роботи Уманського НУС; **Прокопчук О.Т.** – к.е.н., доцент, завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Лиса Н.В.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Власюк С.А.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Ролінський О.В.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Бечко П.К.** – к.е.н., професор, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Гузар Б.С.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Мельник К.М.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Барабаш Л.В.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Бондаренко Н.В.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Колотуха С.М.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Улянич Ю.В.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Пташник С.А.** – к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС.

Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Розвиток фінансово-кредитних систем: виклики сьогодення», 6-7 червня 2022р. Уманський НУС. Умань. 176 с.

Відповідальність за достовірність цифрового матеріалу, фактів, цитат, власних імен, географічних назв, назв підприємств, організацій, установ та іншої інформації несуть автори надісланих матеріалів. Висловлені у цих матеріалах думки можуть не збігатися з точкою зору редакційної колегії і не покладають на неї ніяких зобов'язань.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. Економіко-теоретичні аспекти розвитку фінансово-кредитних систем

Andrusishyna N.V., Vlasiuk S.A. BANK AGRARIAN CREDITING UNDER WARTIME CONDITIONS	8
Барабаш Л.В. ЕМПІРИЧНІ ОСНОВИ ПСИХОЛОГІЇ ФІНАНСІВ У СФЕРІ ОПОДАТКУВАННЯ	10
Богущ В.А. БАНКІВСЬКИЙ СЕКТОР – ЯК ФАКТОР ФІНАНСОВОЇ СТАБІЛЬНОСТІ УКРАЇНИ	11
Бондаренко Н.В., Дашкевич І.С. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КЛІЄНТСЬКОЮ БАЗОЮ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ	13
Бондаренко Н.В., Кононенко С.Л. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ КРЕДИТНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ	15
Zaiarna V. O., Vlasiuk S. A PECULIARITIES OF FINANCIAL SUPPORT OF THE AGRICULTURAL SPHERE IN UKRAINE IN WARTIME CONTEXT	17
Власюк С.А., Сакалюк А.В. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТРАХОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОЇ СФЕРИ	19
Герасименко А.В. ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ НАУКОВИЙ ПІДХІД ДО УТОЧНЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	20
Катеринич А.М., Власюк С. А. АКТИВІЗАЦІЯ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АГРАРНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ	23
Качур А.В. ДОБРОВІЛЬНЕ СТРАХУВАННЯ ЯК ФАКТОР ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ	24
Колотуха С.М. ЕФЕКТИВНИЙ КРЕДИТНИЙ МЕХАНІЗМ ЯК ФАКТОР СТАБІЛЬНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	26
Корсун І.М. СТРАТЕГІЧНІ ТА ТАКТИЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ВАЛЮТНИХ ОПЕРАЦІЙ В УКРАЇНІ	29
Костогриз В.Г. ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРА УКРАЇНИ У ПРОСТОРИ ВПЛИВУ ДЕСТРУКТИВНИХ ЗМІН VUCA -СЕРЕДОВИЩА	31
Костюк В.С. ФІНАНСОВІ ДЕТЕРМІНАНТИ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ ДОМОГОСПОДАРСТВ	33
Коцюк А.О. РИНОК ПЛАТІЖНИХ КАРТОК УКРАЇНИ: СТАН ТА МОДЕРНІЗАЦІЯ	35
Крижановський О. О. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ДИСТАНЦІЙНОГО БАНКІВСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ	38
Прокопчук О.Т. НОВОЧАСНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ НА РИНКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	39

Разумова Г.В., Альперович Я.І	41
ГРОШОВО-КРЕДИТНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ ТА ЇЇ ПЕРСПЕКТИВИ	
Томарович Т.В.	43
ФОРМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ ПОТОКАМИ БАНКУ	
Турик Б.В.	45
ПОДАТКОВІ НАДХОДЖЕННЯ У ФОРМУВАННІ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ І США	
Хабарова А.А.	46
ПЛАТІЖНІ СИСТЕМИ УКРАЇНИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇХ РОЗВИТКУ	
Ходжабаєв Ш., Ролінський О.В., Власюк С.А.	48
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФІНАНСОВОЇ СТАБІЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ	
Шевчук О.І.	50
ДЕРЖАВНИЙ ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛЬ В КОНТЕКСТІ ПОСИЛЕННЯ ДІЄВОСТІ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ	
Шелудько С.А.	53
ТЕЗАВРАЦІЯ БАНКІВСЬКИХ МЕТАЛІВ В УКРАЇНІ В ЕПОХУ ЕКЗИСТЕНЦІЙНИХ ПОТЯСІНЬ	
<i>СЕКЦІЯ 2. Інноваційна та інвестиційна діяльність в умовах розвитку глобальних процесів економіки України</i>	
Беляк І.О.	56
ПРИМОРСЬКІ АГЛОМЕРАЦІЇ УКРАЇНИ ЯК СУБ'ЄКТИ МІЖНАРОДНИХ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ВІДНОСИН	
Гузар Б.С.	58
ІННОВАЦІЙНО - ІНВЕСТИЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ	
Зайцев О.В.	61
ВІЙСЬКОВІ ОБЛІГАЦІЇ: ПОРЯДОК ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗМІЩЕННЯ В УКРАЇНІ	
Іжевський П.Г.	63
ІНВЕСТУВАННЯ В РИНОК ЖИТЛОВОЇ НЕРУХОМОСТІ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ: РЕАЛЬНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	
Коваль Д. В	65
ОСНОВНІ ФАКТОРИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КАПІТАЛЬНИХ ВКЛАДЕНЬ	
Лукашук М. В	68
МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ ІННОВАЦІЙ В ЕКОНОМІЦІ	
Мельник К.М., Костянко С.А.	70
ІНОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ НА РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	
Павловська Ю.В.	73
ФЕНОМЕН НЕЛІНІЙНОСТІ ІННОВАЦІЙ ТА ЙОГО ФІЛОСОФСЬКИЙ СЕНС	
Славіта Ю. В.,	75
МІЖНАРОДНА ФІНАНСОВА ДОПОМОГА УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНОСТЬ	
<i>СЕКЦІЯ 3. Облік та оподаткування діяльності суб'єктів господарювання: проблеми та напрями удосконалення</i>	
Гавриленко Н. В., Андрущенко А. М.	78
ОБЛІКОВА ДЕФІНІЦІЯ ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ	
Крочак О.І.	81
ЗАРОДЖЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ	

Mykhailovyna S. O.	82
REGULATORY AND LEGAL ASPECTS ORGANIZATION OF ACCOUNTING FOR DEFENSE ASSETS	
Піхняк Т.А., Віжановський В.А.	84
ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА ТОВ «ЮНІБУД ДЕКОР»	
<i>СЕКЦІЯ 4. Гармонізація розвитку державної політики в умовах трансформаційних перетворень економіки України</i>	
Гаркуша Ю.О.	87
ПОЛІТИКА ГРОШОВОГО ОБІГУ НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ	
Гришко Д.О., Власюк С.А.	88
ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА АГРАРНОЇ СФЕРИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	
Кріль В.В., Клим'юк Ю.Ю.	90
ІНСТИТУЦІЙНА ДОВІРА ЯК ІНДИКАТОР РІВНЯ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ СУСПІЛЬСТВА	
Матушевська В.Ю.	93
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОТІВКОВОГО ГРОШОВОГО ОБІГУ	
Медвідь В.Ю., Сокол В.М., Штих Н.В.	94
ВЕКТОРИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ГРОМАД В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД	
Мудрак Р.П., Денисюк В.В.	96
ЕКСПОРТНІ ЦІЛЬОВІ ОРІЄНТИРИ НАЦІОНАЛЬНОЇ АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ	
Тимечко І.	98
ТРАНСКОРДОННЕ СПІВРОБІТНИЦТВА В КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ АДАПТАЦІЇ ПРИКОРДОННОГО РЕГІОНУ ДО УМОВ ВОЄННОГО СТАНУ (НА ПРИКЛАДІ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ)	
Улянич Ю.В.	100
ПОНЯТТЯ «ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ» В УКРАЇНІ	
<i>СЕКЦІЯ 5. Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці</i>	
Гришук К. Г.	104
ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ В УПРАВЛІННІ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ КОМУНАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	
Сілічова Т.В., Дячек О.Ю.	106
БЛОКЧЕЙН В СУЧАСНОМУ ТЕХНОЛОГІЧНОМУ СВІТІ	
Tkachenko S. An., Potyshniak Ol. M., Poliakova Yev., Tkachenko V. An.	108
DIRECTIONS OF DEVELOPMENT AND INTERESTS OF ECONOMIC CYBERNETICS	
<i>СЕКЦІЯ 6. Сучасний маркетинг: проблеми, гіпотези, дослідження</i>	
Бутко Н.В.	111
МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНО РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА	
Грецька Н. А.	113
ЕФЕКТИВНИЙ МАРКЕТИНГ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ: ДОСВІД ІРЛАНДІЇ	
Євчук Л.А.	116
МАРКЕТИНГ ПІД ЧАС ВІЙНИ: ТЕНДЕНЦІЇ НА ЧАСІ	
Ковальчук О. В.	118
МАРКЕТИНГ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ: ВИДИ ТА СПЕЦИФІКА	
Ларіонов А.А.	120
ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	
Ніколайчук О.А.	121
УПРАВЛІННЯ ЛОЯЛЬНІСТЮ СПОЖИВАЧІВ У ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНОГО ТА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	

Радзіховська Ю.М. СУЧАСНА МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ	123
Семенда О.В. ОЦІНКА ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ	126
Суздаєва Д.А. МАРКЕТИНГОВА ТА РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	128
Товстопят В.В. ПІДХОДИ ТА ЕТАПИ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	130
<i>СЕКЦІЯ 7. Фінансова діяльність індустрії гостинності</i>	
Крушинська А. В. ОСОБЛИВОСТІ ПОДАТКОВОГО СТИМУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ	132
<i>СЕКЦІЯ 8. Економічна та фінансова безпека бізнесу</i>	
Гайдамаченко О.О. СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ	135
Гузь І. І. ОСОБЛИВОСТІ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В УМОВАХ РИНКОВИХ ВІДНОСИН	137
Власюк С.А., Жикол Я.О. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ В АГРАРНІЙ СФЕРІ	139
Коцуренко І.В., Власюк С. А. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРАТ «МХП» В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ	141
Лаврова-Манзенко О.О. ПОДАТКИ ПІД ЧАС ВІЙНИ	144
Пулик Діана КЛАСИФІКАЦІЯ БІЗНЕС — ПРОЦЕСІВ В ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ	146
Sochinska Mariia INSURANCE IN FORCE MAJOR SITUATIONS	149
<i>СЕКЦІЯ 9. Методи та технології обліку, аналізу та управління підприємствами в умовах трансформаційної економіки</i>	
Григорук В.С. СУЧАСНИЙ СТАН ДЕРЖАВНОГО АУДИТУ В УКРАЇНІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ	151
Гриник О. І. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ АУТСОРСИНГ: СУТНІСТЬ ТА ПОНЯТТЯ	153
Іванова Н.А. ПРОФЕСІЙНИЙ СКЕПТИЦИЗМ: ОСНОВА АУДИТУ	155
Пасека А.О. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ	157
Підченко В.В. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ ЕНЕРГЕТИКИ	159
Ревуцька А.О., Белак О.М. ТЕОРЕТИЧНА СУТНІСТЬ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ	162

Сіденко Н.В.	164
ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ	
Уманська В.Г.	166
ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	
Ходирєва О.О.,	168
ВИКОРИСТАННЯ КЛАСТЕРНОГО АНАЛІЗУ ДЛЯ АНАЛІЗУ РОЗВИТКУ ТА	
ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	
<i>СЕКЦІЯ 10. Особливості ділового іноземного мовлення в сучасному</i>	
<i>фінансово-економічному середовищі</i>	
Погорілий Д.Єв.	171
ХАРАКТЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ВЖИВАННЯ МІЛІТАРИСТСЬКОЇ	
ТЕРМІНОЛОГІЇ В ДІЛОВОМУ МОВЛЕННІ ПІД ЧАС ВОЄННИХ КОНФЛІКТІВ	
Пономаренко О.В.	173
LANGUAGE FEATURES OF E- BUSINESS CORRESPONDENCE	

СЕКЦІЯ 1. ЕКОНОМІКО-ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВО-КРЕДИТНИХ СИСТЕМ

N.V. Andrusishyna

Student of first (bachelor) degree

S.A. Vlasiuk

Ph.D., Associate Professor

Associate Professor of Finance, Banking and Insurance

BANK AGRARIAN CREDITING UNDER WARTIME CONDITIONS

Agricultural production is of great importance in the development of Ukrainian economy. Due to the specific features of production, its proper operation is almost impossible without the involvement of external sources of funding. Considering the fact that the agricultural sector is a kind of high-risk market, most commercial banks are reluctant to lend to it. That is, the greater the demand for loans, the more cautious banks is. Many banks are willing to lend only to customers with good credit rating and refuse to newly create agricultural enterprises, thereby curtailing the development.

Banks and the government are not currently playing their right in providing agricultural entrepreneurship with sufficient financial resources. The high cost of credit resources, the lack of proper collateral and the insufficient creditworthiness of most small and medium-sized agricultural enterprises hinder the development of effective relations between banks and them.

Bank crediting helps to provide timely replenishment of current assets, renewal and modernization of fixed assets, development of primary processing of agricultural products. Agriculture has a significant share of total lending to the national economy according to the priority of the agricultural sector in the national economy. The changes that have taken place in the direction of state support for the agricultural sector are related to the application of new schemes to subsidize lending to the agricultural sector.

2022 brought us to a new reality of wartime and created new challenges, rules and business culture. At first it was shock and fear, but people are adaptable, so they quickly get used to the new living conditions. The war significantly changed the lives millions of people in Ukraine.

The steady operation of the agricultural sector is very important for the recovery of the economy of our country, which has suffered from significant losses after Russian invasion. Under the terms of Affordable Loans 5-7-9% program, banks provide, in particular, low-interest loans to farmers and government guarantees on a portfolio basis. The rate is 0%. Loan term is 6 months. The loan amount is up to UAH 60 million. Agrarians need to provide only 20% of the loan amount as collateral – the rest of the amount is guaranteed by the state [1].

In the period of mid-March to April 5, Ukrainian banking institutions issued loans to farmers under the state program to support the sowing campaign in the context of Russia's military invasion of Ukraine in UAH 1.79 billion. It is specified that at the moment 80% (UAH 1.5 billion) of loan funds are portfolio guarantees, and 900 agricultural producers from different regions of the country have access to financing. The three leading regions in attracting loans for the last month remain unchanged: Kropyvnytskyi (UAH 1 billion 473 million), Vinnytsia (UAH 1 billion 308 million), Dnipro (UAH 1 billion 200 million). This is followed by Odesa region (887 million 348 thousand UAH), Volyn region (536 million 989 thousand UAH), Lviv region (516 million 178 thousand UAH), Poltava region (477 million 527 thousand UAH) and Ternopil region (465 million 126 thousand UAH) [2, 3].

Lending to farmers is now one of the key priorities of banks. The terms of loans are simplified as much as possible. And banks lend to our farmers, even in combat zone.

It should be noted that the level of state support for agriculture in other countries is many times higher than in Ukraine (Fig. 1).

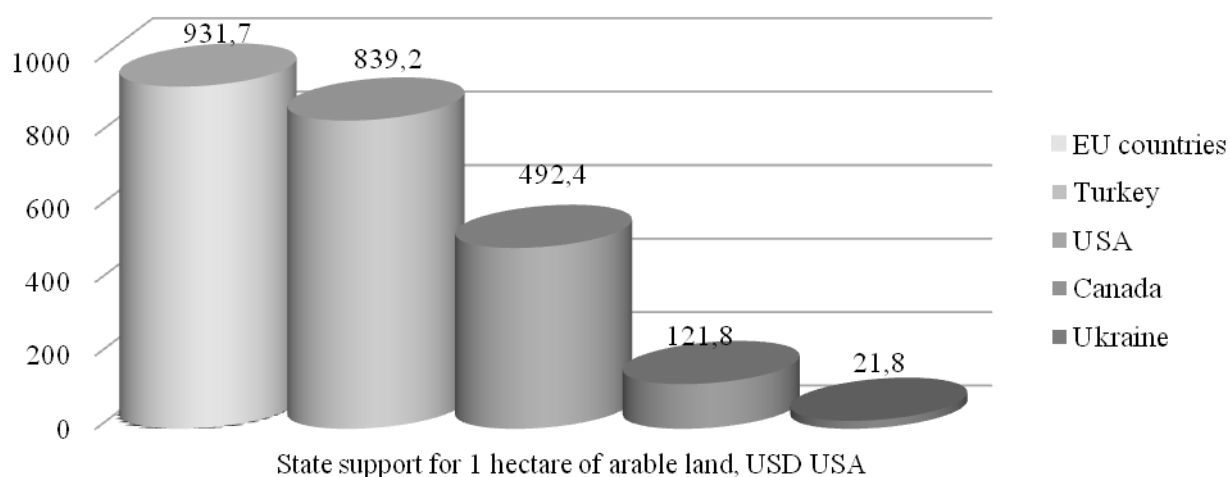


Fig. 1. State support of agriculture in some countries [4]

The highest level of state financial support for agriculture (per 1 ha of arable land) is in the EU countries (USD 931.7) and Turkey (USD 839.2), which is USD 931.7 and USD 839.2, respectively. In the US, the figure is \$ 492.4. USD, and in Canada – 121.8 USD. USA [4].

To improve agrarian bank crediting of Ukrainian economy it is necessary to solve a number of key tasks:

- credit risk management by introducing improved examination of the financial condition of agricultural enterprises;
- expansion of bank crediting programs in the agricultural sector with the involvement of state support programs for agricultural producers;
- stimulating the development of small and medium agribusiness;
- creating a favorable climate for investing in agriculture.

Thus, today in the market of agricultural lending there are a large number of entities that are ready to fund the agricultural sector. The main creditors are

banking institutions, which drew the farmers' attention, but impose strict terms – good credit rating, perfect financial reporting, impeccable reputation, profitable activities for a sufficient period, and so on. All these components make it possible to build effective long-term relationships between banks and agricultural enterprises.

References

1. Committee on Agrarian and Land Policy: "Under martial law, banks continue to lend to farmers for sowing. (n.d.) Retrieved from: <https://www.rada.gov.ua/>
2. Lending to farmers in martial law. (n.d.). Retrieved from: <http://www.golos.com.ua/article/359067>
3. Loans to farmers for the 2022 sowing campaign in wartime. (n.d.). Retrieved from: <https://interfax.com.ua/news/economic/821729.html>
4. Portal of the Ukrainian Agrarian Confederation. (n.d.) Retrieved from: <http://agroconf.org> (access date: 28.05.2022)

Барабаш Л.В.

к.е.н., доцент

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Уманський національний університет садівництва

ЕМПІРИЧНІ ОСНОВИ ПСИХОЛОГІЇ ФІНАНСІВ У СФЕРІ ОПОДАТКУВАННЯ

Психологія фінансів на теренах вітчизняної фінансової сфери є наукою новою, однак надзвичайно перспективною. Адже вона акцентує увагу на тих факторах, що ніколи не розглядалися, як активно взаємодіючи з результатами. Однак зарубіжна наука та практика доводить абсолютно протилежне.

За думкою зарубіжних вчених, психологія фінансів сприяє різноплановому аналізу економічної поведінки, особливо в контексті сприйняття оподаткування. «На відміну від економіки, яка більше орієнтована на макроперспективу і метатеоретичний підхід, психологія зосереджується на мікросоціальних підходах, особливо на індивідуально-соціально-психологічній динаміці, що лежить в основі формування поведінки в певних контекстах і ситуації» [1].

Одна з моделей податкової психології спирається на теорію планової поведінки та називає основою психології поведінки платників податків намір. Окремо існує думка, що готовність платити податки є аспектом оціночної поведінки щодо індивідуального сприйняття цінності суспільного блага та послуги [2]. Також варто зазначити, що психологічні аспекти оподаткування значною мірою формуються залежно від оцінки платником справедливості податкової системи [3].

Як стверджують дослідники, з позиції платників податок може бути нейтральним або технічним, з позитивними або негативними ознаками. Саме

ці його нейтральні або позитивні характеристики формують умови відчуття платниками справедливості з боку податкової системи [4].

Проведені дослідження засвідчили, що у більшості респондентів податки асоціюються із зобов'язаннями. Вони визнають їхню важливість як ідеального фінансового, нормативного та конституційного інструменту. І саме це стимулює їх до дотримання податкових правил. Водночас у психології платників податок також пов'язаний із фінансовим та нефінансовим тягарем, що не дає очевидного матеріального блага, а також супроводжується втратою частини доходу. Окрім того, у сприйнятті більшості платників широко поширене уявлення щодо практики корупції чи нецільового використання податкових надходжень. І це ще більше підриває довіру платників до оподаткування й уряду і є потенційним чинником формування передумов ухилення від оподаткування [5].

Як бачимо, оподаткування крізь призму психології фінансів не лише дає розуміння першооснов податкових правопорушень, а й дозволяє окреслити перспективні стратегічні цілі побудови гармонійної податкової системи.

Список використаних джерел

1. Lewis A. (2008). *Psychology and economic behaviour*. Cambridge: Cambridge University Press.
2. Fishbein M., & Ajzen I. (2010). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. New York: Psychology Press, Taylor & Francis Group
3. Susilawati, I. R., & Hidayat, R. (2019a). Dilema sosial : Representasi sosial tentang pajak pada Aparatur Sipil Negara. *Jurnal Psikologi Sosial*, 17(02), 65–74. URL: <https://doi.org/10.7454/jps.2019.10>
4. Susilawati, I. R., Fitriani, A., Putra, R. P., Hidayat, R. N., & Nurdiansyah, A. W. (2016). Citra Direktorat Jenderal Pajak (DJP), trust Wajib Pajak, dan intensi kepatuhan pajak. In *Temu Ilmiah Nasional Himpunan Psikologi Indonesia*. Yogyakarta.
5. Susilawati, I. R., & Hidayat, R. (2020). Society and Taxes: An Exploratory Study of Fiscal Psychology. *Digital Press Social Sciences and Humanities*, 5, 00004. <https://doi.org/10.29037/digitalpress.45339>

Богущ Віталій Анатолійович – студент 4 курсу, групи Ф-18

Науковий керівник – **Корсун І.М. к.е.н., доцент**

Кафедра економіки підприємства, обліку і аудиту

Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького

БАНКІВСЬКИЙ СЕКТОР – ЯК ФАКТОР ФІНАНСОВОЇ СТАБІЛЬНОСТІ УКРАЇНИ

Фінансово-економічна безпека України складається з ряду факторів, один із яких безперебійне та ефективне функціонування банківської системи України. Необхідно відзначити, що банківський сектор України, нині, налічує 69 банків, з них більша кількість з іноземним капіталом, що робить ринок банківських послуг конкурентоспроможним, таблиця 1.

Таблиця 1

Основні показники діяльності банків України

(млн грн)

Назва показника	01.02.2022	01.03.2022
Кількість діючих банків	71	69
з них: з іноземним капіталом	33	31
Активи	2 032 019	1 992 296
<i>Активи в іноземній валюті</i>	<i>609 298</i>	<i>590 489</i>
Загальні активи (не скориговані на резерви за активними операціями)	2 343 615	2 260 601
Готівкові кошти	75 710	64 985
Кошти в Національному банку України	65 306	120 946
Кореспондентські рахунки, що відкриті в інших банках	171 661	187 537
Кредити надані клієнтам	1 092 983	1 073 513
кредити, що надані органам державної влади	27 381	27 141
<i>кредити, що надані суб'єктам господарювання</i>	<i>815 043</i>	<i>790 628</i>
кредити, що надані фізичним особам	250 405	255 561
Пасиви	2 032 019	1 992 302
Капітал	259 293	246 144
Зобов'язання банків	1 772 726	1 746 158
<i>Зобов'язання банків в іноземній валюті</i>	<i>646 940</i>	<i>616 622</i>
Строкові вклади (депозити) інших банків та кредити, що отримані від інших банків	25 670	12 449
Кошти суб'єктів господарювання	747 762	695 460
Кошти фізичних осіб (з ощадними (депозитними) сертифікатами)	713 542	705 035
Кошти небанківських фінансових установ	40 020	38 537
Рентабельність активів, %	4,20	2,93
Рентабельність капіталу, %	33,30	23,31

Джерело: офіційний веб сайт Національного банку України [1].

Згідно із даними таблиці 1, кількість банків у 2022 році за лютий місяць зменшилася на 2 одиниці. Активи загалом дорівнюють пасивам. Левова частка активів банківської системи – це кредити надані клієнтам 1 073 513 млн. грн., з яких 790 628 млн. грн. це кредити, що надані суб'єктам господарювання. Левова частка пасивів належить зобов'язанням банків, а також кошти суб'єктів господарювання 695 460 млн. грн. (34,9 % пасивів) та кошти фізичних осіб (з ощадними (депозитними) сертифікатами) 705 035 млн. грн. (35 % пасивів).

Рентабельність капіталу банківської системи 23 %, це недостатній показник. Були періоди, коли рівень рентабельності становив більше 30 %. Ефективне управління активами і пасивами банку виступає основою забезпечення його фінансової стійкості.

З 2022 року запроваджуватимуться вимоги до покриття капіталом операційного ризику. Також найближчим часом НБУ ухвалить рішення про графік поступового відновлення буферів капіталу, дезактивованих під час

розгортання кризи. Крім того, з початку 2022 року ваги ризику за незабезпеченими споживчими кредитами зростуть до 150% з діючих 125%.

Враховуючи вищезазначене, вважаємо за доцільне дотримуватися основної стратегії грошово-кредитної політики на 2022 рік. Вважаємо за необхідне, навіть в умовах воєнного стану, розраховуватися за зобов'язаннями всім учасникам економіки, можливо за переглянутими відсотковими ставками.

На нашу думку, для підтримки вітчизняної економіки, важливо забезпечити безперебійне функціонування банківської системи України та гарантувати безпеку, тим заощадженням фізичних осіб, які знаходяться в банківській системі України.

Список використаних джерел:

1. Офіційний веб-сайт Національного Банку України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/>

Бондаренко Н.В.

к.е.н., доцент

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Дашкевіч І.С., студент другого (магістерського) рівня

Уманський НУС

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КЛІЄНТСЬКОЮ БАЗОЮ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

Клієнтська база є необхідною передумовою ведення банківської діяльності і якщо вона досить розвинута то формує підмур'я універсального комерційного банку. Значна залежність банку від клієнтів свідчить про оптимізацію послуг споживчих груп з різними ознаками й удосконалення бази клієнтів в цілому, підвищення якості надання послуг і ступеня задоволеності клієнтів ними, важливість встановлювати тривалі партнерські зв'язки з кожним клієнтом. Ці умови вимагають цілеспрямованого впливу з боку банківської установи та мають продаватися в рамках системи управління базою клієнтів банку.

Клієнтська база входить до складу кожної банківської установи. Комерційні банки мають чималу потребу в такому нематеріальному активі. Взаємозв'язок банку з споживачами банківських продуктів можна сформулювати на трьох рівнях управління: відносинами з покупцями (управління лояльністю, утриманням клієнтів); клієнтською базою банку; взаємодією з клієнтами [1].

Процес управління базою клієнтів банку є практикою яка застосовується у комплексі та визначає присутність об'єкта (КБ) та суб'єкта (керівництво та СП), інструментів, системи цілей, для досягнення успіху яких потрібно орієнтуватися на управління клієнтською базою комерційного банку тощо.

Управління клієнтською базою клієнтів банку можна розглядати з погляду системного підходу як систему управління економним зростанням, що нерозривно пов'язана з навколишнім оточенням і представлена комплексом взаємодіючих частин та взаємовідносин між ними.

Першорядними функціональними підсистемами комплексної системи управління базою клієнтів банку, які забезпечують результативне досягнення цілей і завдань управління представлено на рис. 1.



Рис. 1. Функціональна підсистема комплексної системи управління клієнтською базою банку [2]

База клієнтів банку є окремою часткою його ресурсної основи, яка вимагає управління. В свою чергу це дозволяє зробити висновок, що під управлінням базою клієнтів банку слід розглядати сукупність

взаємопов'язаних способів і інструментів планомірного та скоординованого впливу керівництва комерційного банку і його структурних підрозділів, спрямованих на забезпечення успіху й підтримання найліпшої величини і побудови бази клієнтів банку та на її дійове використання у ході реалізації банківської діяльності відповідно до пріоритетних цілей банку.

Поміж спільних цілей банку в межах визначеної системи управління базою клієнтів банку можна визначити наступні: найбільше задоволення існуючих клієнтів банку сервісами та ступенем обслуговування на засадах визначення потреб з метою побудови конструктивних довготермінових взаємовигідних відносин з ними, що забезпечить підвищення прибутковості та ефективності практики банку в повному обсязі; відсоткова політика комерційного банку; погоджування стратегій і методів взаємодії з клієнтами з врахуванням їх запитів і бажань, рівня корисності для банку тощо.

Список використаних джерел

1. Квасницька Р.С., Ратич А.В. Управління клієнтською базою банку. URL: <http://intkonf.org/kvasnitska-rs-ratich-av-upravlinnya-klientskoyu-bazoyu-banku/> (дата звернення 02.06.2022р.)
2. Васильєва Т. А., Федірко В.В. Комплексна система управління клієнтською базою банку. URL: https://www.essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/54123/5/Vasylieva_Fedirko.pdf;jsessionid=1FF38430ED6539458B7B30C89413D1C4 (дата звернення 02.06.2022р.)

Бондаренко Н.В.

к.е.н., доцент

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Кононенко С.Л., студентка другого (магістерського) рівня

Уманський НУС

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ КРЕДИТНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

Стратегією розвитку фінансового сектору України до 2025 р. передбачений розвиток кредитного ринку і банківського сектора, масштаби діяльності яких складають основну частку національного фінансового ринку. Результатом реалізації стратегії розвитку фінансового сектору України слугує оновлений як в кількісному, так і якісному відношенні кредитний ринок, перш за все, та його об'єктна, процесна і середовищна системи [1]. Проста взаємодія між суб'єктами зі своєю інфраструктурою забезпечує функціонування кредитного ринку. Інституційна структура ринку кредитів є відкритою системою, що постійно в русі та включає інститути кредитного ринку, допомагає їх взаємовідношенню та взаємодії і є ціллю для забезпечення відповідних чинників кредитування господарюючих суб'єктів.

Кредитний ринок – це особлива галузь відносин в економіці, де об'єктом операцій є передані на умовах принципів кредитування ресурси у

позику. Кредитний ринок – це спосіб взаємовідносин, за сприянням якого здійснюються операції між юридичними та і фізичними особами, що прагнуть отримати грошові ресурси, та підприємствами і фізичними особами, що їх можуть запропонувати та надати на чітких умовах [2]. Суб'єктами виступають як кредитори так і позичальники. До кредиторів відносяться організації, ломбарди, торгові організації, а також підприємства і домогосподарства; до позичальників – регіонального та місцевого рівня підприємства, установи, адміністрації, індивідуальні підприємці, домашні господарства, кредитні спілки. Об'єктами є товари і послуги, та засоби виробництва в основі яких покладено переміщення ресурсів на угодах повернення або відстрочка платежу.

Традиційно кредитний ринок можна прийняти як ринок корпоративного та роздрібного або фізичного кредитування. До основних частин структури кредитного ринку можна віднести: державу, інститути-установи, інститути інфраструктури [3].

Дійове функціонування кредитного ринку та його складових часток значною мірою залежить від застосування регулювання та нагляду за установами які надають кредитні ресурси. Цінним при цьому є для кредитного ринку розробка певної стратегії розвитку щодо його інституціональної структури. Покращання способів та застосування новітніх методів регулювання та нагляду впливатиме на підвищення ліквідності організацій які надають кредити; покращення практик з інвестування та інноваційного розвитку; використання дієвої системи вкладів які гарантуються клієнтам; підвищення капіталізації банків шляхом зростання статутного капіталу. При цьому кредит застосовується у виробництві, та за його допомоги здійснюється зростання ціни. Позичальник отримує дохід, частина якого сплачує кредитору у вигляді відсотка.

Надання Національному банку України повноважень з нагляду за кредитними небанківськими установами надасть вагомому внеску в розвиток кредитного ринку. При цьому зменшиться кількість державних органів нагляду за ринком небанківських фінансових послуг; очистить його від недобросовісних гравців; буде змога використовувати рівні прозорі правила; виникне стимул інтенсивно розвивати цей ринок; збільшити його інвестиційну привабливість; знизить вартість та збільшить захищеність надання фінансових послуг споживачів. Удосконалення системи регулювання кредитного ринку, вплив регуляторів на його учасників, спрямований на розвиток конкурентного середовища, створення і підтримання пропорцій, інтегрування ринку в рішення національних завдань.

Список використаних джерел

1. Стратегія розвитку фінансового сектору України до 2025 року. URL: <https://bank.gov.ua/ua/about/develop-strategy> дата звернення: 02.06.2022).
2. Бечко П. К., Бондаренко Н. В., Власюк С. А., Наталич О. С. Удосконалення системи регулювання кредитного ринку. *Ефективна*

економіка. 2021. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9141> (дата звернення: 02.06.2022).

3. Корнєєв В. В., Бублик Є.О., Антикризове регулювання кредитних ринків: Порівняльний аналіз практики зарубіжних держав. Економічний вісник Донбасу. № 2 (20). 2010р.

Zaiarna V. O.

First (bachelors) degree student

Vlasiuk S. A

Ph.D., Associate Professor

Associate Professor of Finance, Banking and Insurance

Uman National University of Horticulture

PECULIARITIES OF FINANCIAL SUPPORT OF THE AGRICULTURAL SPHERE IN UKRAINE IN WARTIME CONTEXT

At the beginning of the spring field work in 2022, the Russian military invasion of Ukraine took place, which caused the introduction of martial law in the country. This, in turn, has led to: reduction of sown areas (areas located directly in combat zones; if field work was planned in areas where hostilities took place the day before, it requires inspection of these agricultural lands and adjacent areas and access roads. roads for the presence of shells and other explosive devices and devices, which also prevents the timely use of the territory; up to 30% of the sown area of the country will remain unsown); conducting field work exclusively during the day and in good visibility; serious logistical and raw material problems; acute shortage of fuels and lubricants; lack of working capital, etc.

It should be noted that in the ranking of the largest exporters of grain in 2019-2020, Ukraine took second place with barley, 4 – corn and 5 – wheat. In addition, Ukrainian grain is needed for food security in other countries (Indonesia, Spain, the Netherlands, Iran, Pakistan, Libya, Tunisia, Egypt and other countries in Asia, Africa and Europe) [1].

However, the Russian invasion blocked the main route of its transportation - 90% of these exports went through ports on the Black Sea. The sale of grain is very important for Ukraine, as it brings about 20% of its export revenues.

In order to ensure food security of Ukraine, the Verkhovna Rada of Ukraine adopted the Law of Ukraine № 2120-IX "On Amendments to the Tax Code of Ukraine and Other Legislative Acts of Ukraine on Martial Law", which changes a number of rules of banks and non-bank financial institutions, in particular those that provide lending services [2].

Including introduced:

- a number of additional mechanisms for financing farmers: state support for livestock; financial support of measures in the agro-industrial complex by reducing the cost of loans; partial reimbursement of the cost of construction and / or

reconstruction of grain storage and processing enterprises; a separate program of compensation for interest on loans during martial law; financial support for the development of horticulture, viticulture and hop growing; financial support for the development of farms; repayable financial assistance to farms - on a competitive basis

- simplified procedure for obtaining land for their cultivation: automatic renewal for one year of lease, sublease, emphyteusis, superficies, land easement, the term of use of land for which expired after the imposition of martial law, for agricultural land; it is possible to obtain for up to 1 year land plots of state, communal property, land plots that remained in the collective ownership of collective agricultural enterprises, cooperatives, unallocated and unclaimed land plots and land shares (units).

- reduction of VAT on fuels and lubricants and similar measures [3].

The Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine is also doing everything possible to simplify procedures and facilitate the sowing campaign during martial law:

- additional procedures for seed certification have been canceled;
- operation of agricultural machinery without their registration is allowed;
- launched the agricultural platform of the Ministry for the collection of current needs for the collection of current needs of farmers for sowing in real time <https://agrostatus.org/>;

- an online platform was created to improve the logistics routes of farmers in martial law <https://prodsafety.org/> [4].

So, it should be noted that the subjects of entrepreneurial activity in the agricultural sector establish the supply of fuels and lubricants, seeds and fertilizers. Many bureaucratic barriers have been removed at the state level: access to land has been simplified, the tax burden has been reduced, and the procedure for importing strategically important products and resources has been simplified. But problems with funding and resource provision remain quite acute under martial law. Farmers need to rely mainly on their own resources. That is why, without additional guarantees, real support and legislative changes from the state, the full functioning of the agricultural sector are almost impossible.

References

1. Kuzovkin E. (n.d.). Agrarian relations during the war: how the state helps farmers from regions affected by hostilities. Legal newspaper - online version. Retrieved from: <https://yur-gazeta.com/dumka-eksperta/agrarni-vidnosini-pid-chas-viyni-yak-derzhava-dopomagae-agrariyam-z-regioniv-shcho-postrazhdali-vid-.html>

2. On Amendments to the Tax Code of Ukraine and Other Legislative Acts of Ukraine Concerning the Effect of Norms for the Period of Martial Law: Law of Ukraine of March 15, 2022 № 2120-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text>

3. Problems of farmers in martial law - legal analysis from Altelo. Legal Practice Publishing House. Retrieved from: <https://pravo.ua/problemy-ahraryiv-v-umovakh-voiennoho-stanu-pravovyi-analiz-vid/>

4. Leshchenko R. (n.d.). The Government approved changes to the provision of financial state support to farmers during sowing. Government portal. Retrieved from: <https://www.kmu.gov.ua/news/uryad-zatverdiv-zmini-do-nadannya-finansovoyi-derzhavnoyi-pidtrimki-agrariyam-pid-chas-posivnoyi-roman-leshchenko>

Власюк С.А.

к.е.н., доцент

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Сакалюк А.В.

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти

Уманський НУС

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТРАХОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОЇ СФЕРИ

Використання механізму страхування від катастроф, спричинених стихійними лихами, стало звичним в аграрному секторі. Типові страхові поліси, в тому числі в сільськогосподарському секторі, визначають подію або поріг, після яких страхові виплати зініціюються. Однак відсутні дослідження, які б визначали сільськогосподарське страхування від стихійних лих у ширшій страховій системі або змальовували діапазон та еволюцію порогових значень для екстремальних подій у сільськогосподарському секторі. Одним із способів зменшення економічної шкоди від катастрофічних подій у сільськогосподарському секторі є забезпечення страхування, яке полегшує фінансовий вплив на тих, хто безпосередньо постраждав.

В принципі, традиційні інструменти страхування, у тому числі в сільськогосподарському секторі, як-от страхування врожаю, можуть використовуватися для передачі ринкового ризику екстремальних погодних явищ від особи, яка не схильна до ризику, до нейтральної до ризику страховика, дозволяючи ринок нести частину витрат і адаптуватися до кліматичних подій [1].

У Законі України «Про страхування» для сільськогосподарської діяльності в тому числі виокремлено дві основні форми страхування: добровільне (страхування сільськогосподарської продукції) та обов'язкове (страхування тварин (крім тих, які використовують у цілях сільськогосподарського виробництва) на випадок загибелі, знищення, вимушеного забою, від захворювань, стихійних лих і нещасних випадків у випадках та згідно з переліком тварин, установленими Кабінетом Міністрів України) [2].

Нині, вітчизняні страхові компанії пропонують агробізнесу найрізноманітніші види страхування: страхування майбутніх урожаїв (на випадок урагану, бурі, посухи, паводків, заморозків, захворювань рослин тощо), тварин (на випадок загибелі тварин, їх крадіжки, захворювань, нещасних випадків), сільськогосподарської техніки та іншого майна (на випадок пошкодження, втрати, знищення тощо). Тож аграрії мають широкий спектр пропозицій вибору страхування, страхових випадків і страхових установ.

Для ефективності сільськогосподарського страхування, варто сільськогосподарському товаровиробнику проаналізувати свою діяльність і спрогнозувати можливість настання певних подій (страхових випадків), які мають найбільшу ймовірність настання. Потім усі прогнозовані ризики умовно поділити на дві групи: ризики, яким можна запобігти самостійно; ризики, настання яких завдають значних втрат, і яким не можна запобігти самостійно. Саме друга група ризиків і потребуватиме страхування.

Варто зазначити, що аграрний сектор більш чутливий до мінливості температури, посухи та заморозків, які можуть спричинити пожежі та хвороби та вплинути на сільськогосподарські культури та худобу. Сільськогосподарське виробництво дуже схильне до екстремальних кліматичних умов через відсутність інфраструктури, зрошення, захисту від повеней або стійких до посухи культур. Сільськогосподарське страхування, крім того, що воно є засобом передачі та захисту ризику, є основою управління ризиками в сільському господарстві та забезпеченні підвищення продуктивності. Маючи страховий поліс, який захищає діяльність, підприємницькі структури аграрної сфери отримують доступ до фінансування з банківських установ чи інших кредитних закладів.

Список використаних джерел

1. Newman Cohen, A., Fischhendler, I. An archetype for insurance thresholds for extreme natural events in the agricultural sector. Climate Risk Management, Volume 36, January 2022.
2. Про страхування : Закон України від 7 березня 1996 року № 85/96-ВР / Відомості Верховної Ради України. 1996. № 18. ст. 78

Герасименко А. В.
аспірантка ЛНУ ім. І. Франка

ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ НАУКОВИЙ ПІДХІД ДО УТОЧНЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Світові соціально-економічні та політичні перетворення у сучасному світі на фоні безпрецедентного воєнного вторгнення на суверенну територію країни у центрі Європи неминуче відбиваються на розвитку промисловості у всьому світі. Такий стан речей вкотре порушує питання про необхідність

вирішення низки застарілих та досі невирішених проблем значної кількості промислових підприємств України та ряду інших країн, що розвиваються. До числа подібних проблем промисловості, в основі яких гостра недостатність власних фінансових ресурсів, слід віднести: гостру потребу в інвестиціях; необхідність модернізації; необхідність запровадження енергозберігаючих технологій; потреба у новітніх технологіях та ін. З огляду на те, що одним із ефективних напрямків вирішення цих проблем є використання фінансово-кредитних інструментів, питання щодо активізації банківського кредитування промисловості набуває особливо гострої актуальності. Однак існуючий теоретичний базис банківського кредитування промисловості, на сьогодні, є недостатньо сформульованим в сучасній науковій літературі. Так, є необхідність в уточненні економічної сутності банківського кредитування промислових підприємств, зокрема за функціональним науковим підходом.

Стосовно функціонального наукового підходу, потрібно зазначити, що в його основі закладено ознаку результативності та спрямування на досягнення мети суб'єкта господарювання в результаті виконання низки притаманних йому функцій [1].

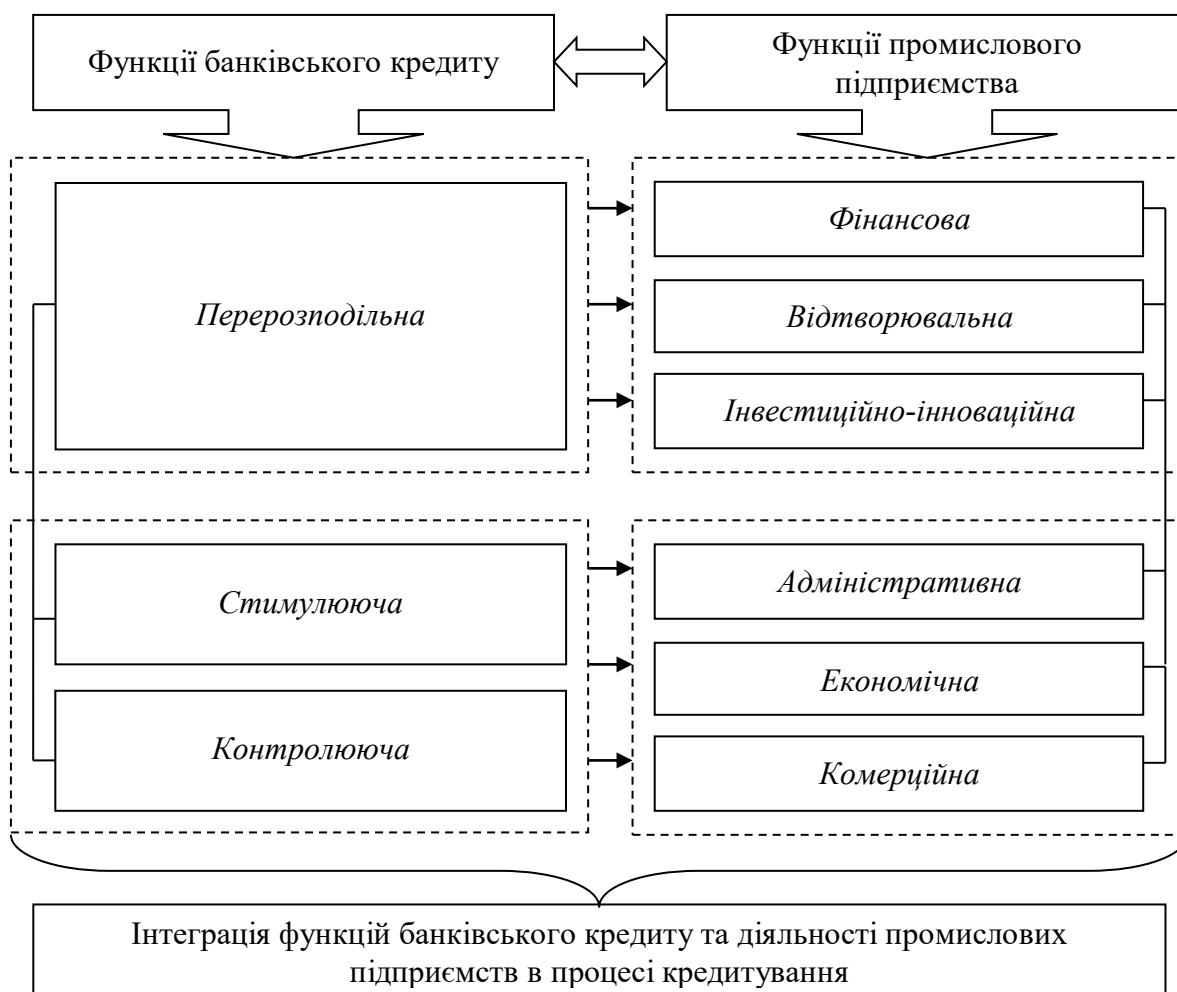
Уточнення економічної сутності банківського кредитування промислових підприємств відповідно до функціонального наукового підходу потребує розгляду причинно-наслідкових зв'язків між окремими функціями банківського кредиту та фінансово-економічними функціями промислового підприємства.

В результаті вивчення певного масиву наукової літератури, ми дійшли висновку, що окремі функції банківського кредиту відіграють суттєву роль у забезпеченні виконання важливих функцій промислового підприємства (рис.1).

Так, можна стверджувати, що перерозподільна функція банківського кредиту, сприяє ефективному виконанню фінансової, відтворювальної та інвестиційно-інноваційної функцій промислового підприємства. Під впливом стимулюючої та контролюючої функцій банківського кредиту, промислове підприємство, у разі використання кредитних коштів банку, більш раціонально використовує всі засоби виробництва, посилює контроль за результатами праці (адміністративна функція), намагається якнайповніше задовольнити потреби товаровиробників і споживачів у товарах, послугах (економічна функція), раціональніше реалізовує закупівлю факторів виробництва, збут готової продукції (комерційна функція).

Відповідно до викладеного, керуючись функціональним підходом, на нашу думку, банківське кредитування промислових підприємств можна визначити як суспільні відносини, які виникають між банком і промисловим підприємством, іншими суб'єктами кредитування, економічна сутність яких полягає в перерозподілі банком частини власного або позичкового капіталу на умовах, визначених кредитним договором, з метою забезпечення промислового підприємства необхідними фінансовими ресурсами для більш

ефективного виконання ним функцій господарського характеру, а також досягнення позитивних результатів економічного розвитку [4].



Джерело: складено автором на основі [2; 3].

Список використаних джерел:

1. Чернобудова Е. В., Мартинов А. А. Переваги функціонального підходу до управління доходами і витратами підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. №22. С.860-864. URL: <http://global-national.in.ua/archive/22-2018/162.pdf>
2. Шишкіна О. Класифікація промислових підприємств у контексті управління фінансовими ризиками. *Галицький економічний вісник*. 2020. №2(63). С.164-175. URL: <https://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/pdf/63/819.pdf>.
3. Сидоренко В. Кредит: сутність, функції та форми прояву. *Світ фінансів*. 2009. №3(20). С.24-33. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/25853/1/%D0%A1%D0%B8%D0%B4%D0%BE%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%92..pdf>
4. Khutorna, M.&Herasymenko, A. (2022). The methodological basis for bank lending to industrial enterprises. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 1(42). 51–60. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.1.42.2022.3610>

Катеринич А.М.
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Власюк С. А.
к.е.н., доцент
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Уманський НУС

АКТИВІЗАЦІЯ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АГРАРНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ

Фінансове забезпечення сільськогосподарських товаровиробників на початку весняно-польових робіт відіграє важливу роль у подальшій діяльності підприємницьких структур аграрної сфери. Так як від організації процесу посівної залежить результат усього сільськогосподарського робочого сезону.

Наразі, в результаті російського вторгнення в Україну, аграрії стикаються з кризою ліквідності сільськогосподарської діяльності, і як наслідок, перед ними постала нагальна проблема залучення додаткових джерел фінансування операційної діяльності. Це зумовлено тим, що тимчасово окуповані деякі райони і області; заблоковані морські порти, автошляхи, склади та зерносховища, що призводить до проблем з логістикою та сировиною; поля заміновані; нестача паливо-мастильних матеріалів та запчастин; зруйновано та пошкоджено господарства разом з технікою; нестача обігових коштів тощо. Найбільшою проблемою є те, що через російську блокаду неможливо експортувати через українські порти в Чорному морі. Як варіанти експорту залишилися лише сухопутні шляхи через Польщу, Румунію, Словаччину та Угорщину, але вони не в змозі приймати такі великі обсяги, створюючи реальну проблему.

Для створення адекватних умов функціонування аграрної сфери, на рівні держави було запроваджено механізм надання державних гарантій малим та середнім підприємницьким структурам (з річним оборотом до 20 млн євро, площею до 10 000 га) у формі кредиту – сільськогосподарським товаровиробникам з подальшою компенсацією відсоткової ставки (максимальна сума, за якою компенсується відсоткова ставка – до 50 млн грн) на час воєнного стану. Також, для забезпечення вітчизняним насінням скасовано додаткові процедури сертифікації насіннєвого матеріалу, дозволена експлуатація незареєстрованої сільськогосподарської техніки тощо [1].

Станом на 25 травня аграрії залучили 31 млрд. 489 млн. грн. кредитів, з яких 80 % – 20 млрд. 297 млн. грн. – за комбінованою схемою гарантій. Кредити отримали 13 016 фермерів. Лідерами кредитування є такі регіони: Кіровоградська область (4,081 млрд грн), Київ (3,037 млрд грн), Вінницька (2,0916 млрд грн), Дніпропетровська (2,0522 млрд грн), Одеська (2 млрд 480 млн грн). Понад 1 млрд грн також зібрали Волинська, Львівська, Полтавська,

Тернопільська, Харківська, Хмельницька, Черкаська та Чернігівська області [2].

Сільське господарство відіграє вирішальну роль у військових зусиллях – забезпечення харчування населення, як військових, так і цивільних, є ключовим фактором підтримки не лише фізичної сили, а й морального духу та відданості воєнним зусиллям.

Отже, варто зазначити, що без додаткового фінансового забезпечення – стабільна робота аграрної галузі майже неможлива. Для ефективного розвитку аграрного сектору України необхідно в подальшому працювати як вертикально інтегровані господарюючі суб'єкти по всьому виробничо-збутовому ланцюгу, підвищуючи при цьому свої стандарти, ставати прозорими, впроваджувати сучасні технології, залучати міжнародний капітал тощо.

Список використаних джерел

1. Лещенко Р. Уряд затвердив зміни до надання фінансової державної підтримки аграріям під час посівної. URL: <https://minagro.gov.ua/news/uryad-zatverdiv-zmini-do-nadannya-finansovoyi-derzhavnoyi-pidtrimki-agrariyam-pid-chas-posivnoyi-roman-leshchenko>
2. Аграрії вже залучили 31,5 млрд грн кредитів. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/agrariyi-vzhe-zaluchili-315-mlrd-grn-kreditiv#:~:text=Аграрії%20вже%20залучили%2031%2C5,Кабінет%20Міністрів%20України&text=Станом%20на%2025%20травня%20аграрії,Позику%20отримали%2013%2016%20аграріїв>

Качур Аліна Валентинівна – студент 2 курсу, групи Ф-20

Науковий керівник – **Корсун І.М. к.е.н., доцент**

Кафедра економіки підприємства, обліку і аудиту

Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького

ДОБРОВІЛЬНЕ СТРАХУВАННЯ ЯК ФАКТОР ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Страховання чи то соціальне страхування, чи то приватне, тобто комерційне страхування є важливим компонентом фінансової безпеки України. Страхувати можна як життя, так і не життя. Але основним мотивом до здійснення страхування є матеріальний інтерес.

Необхідно відзначити, що значний внесок у дослідження питань розвитку страхування та страхового ринку в Україні здійснили вітчизняні та зарубіжні науковці, зокрема: В.Д. Базилевич, О.Д. Василик, Б. Надточій, С.С. Осадець, В.Й. Плиса, Ю.В. Пасічник, М.І. Крупка, І.М. Пріхно, М.П. Шаварина, А.А. Сидорчук та інші. Необхідно сказати про значний внесок, Кейнса, Хакса, Самуельсона, Рікардо, Маслоу у дослідження питань

соціальних моделей, соціальних платежів, страхування, соціального захисту тощо.

Нині питання розвитку страхування, як одного із важливих складових фінансової безпеки України, актуальне, оскільки акумулює у собі значний обсяг фінансових ресурсів не банківської фінансово-кредитної сфери. Ці фінансові ресурси вкладаються в ОВДП, депозити, нерухомість, тобто на середньострокову перспективу запущені в економіку, не швидко ліквідні.

Враховуючи вищезазначене, держава зацікавлена у примноженні інститутів страхування та диверсифікації їх інструментів.

Як виявилося, за інформацією провідної платформи щодо стану страхового ринку України, страхові компанії не здійснюють страхового відшкодування в разі війни. Це стало зрозумілим нині. Тому, є прогалиною вітчизняного страхового ринку.

Недоліки страхового ринку у недостатній кількості купівельно-здатних споживачів послуг страхування. Населення України, поки що, має недостатні обсяги доходів щоб дозволити собі добровільне, а від так комерційне страхування, за виключенням КАСКО.

Тому першочергова задача уряду – забезпечити швидке відновлення економіки та її систематичне зростання, зменшення податків, яке зараз відбувається є позитивним фактором для бізнесу, тобто є ймовірність збільшення кількості робочих місць та детінізації економіки.

Все це дасть змогу поживавити ринок страхування та страхових послуг.

Принагідно відзначити, що в Україні більше страхових компаній по страхуванню не життя, тобто майна. Це по-перше, дешевше для засновників такого акціонерного товариства, страхової компанії, табл 1.

Таблиця 1

Основні показники роботи страхового ринку в Україні
за 9 місяців 2021 року

Кількість страхових компаній	169
із страхування життя	17
Кількість укладених договорів страхування, за період, тис. одиниць	99 940,0
Сформовані страхові резерви, млн. грн.	35 642,8
Валові страхові премії, з них:	38 070,6
<i>від страхувальників – фізичних осіб</i>	<i>20 415,4</i>
<i>від перестраховальників</i>	<i>2 354,6</i>
Валові страхові виплати, з них:	13 427,7
<i>страхувальникам – фізичним особам</i>	<i>6 430,7</i>
<i>перестраховальникам</i>	<i>222,4</i>
Рівень валових виплат, відсотки, %	35,3
Чисті страхові премії (валові страхові премії за мінусом частки страхових премій, які сплачуються перестраховикам-резидентам)	35 253,0
Чисті страхові виплати (валові страхові виплати за мінусом частки страхових виплат, які компенсовані перестраховиками-резидентами)	13 215,7

Джерело: офіційний веб сайт Forinsurer України [2]

Згідно з даними таблиці 1 ,обсяг страхових компаній в Україні 169 одиниць, з них , лише 17 одиниць займаються страхуванням життя. Обсяги страхових резервів 38 млрд грн близькі до обсягів страхових премій. Значна кількість страхових премій надходить саме від страхувальників, і лише 6 % від перестраховальників. Страхові премії лише 13 млрд грн. тобто менше половини премій. Це значить що для комерції страхування вигідне і прибуткове.

Але резервів не вистачає на покриття збитків від війни.

Вважаємо за необхідне продовжувати наукові пошуки із окресленої проблематики, зокрема розкривати напрями розширення страхових послуг / виплат в разі форс-мажорних обставин, війни, політичних чи соціально-економічних криз.

Список використаних джерел

1. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Офіційний веб-сайт forinsurer Україна. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://forinsurer.com/stat>.

Колотуха С.М.,

кандидат економічних наук

Уманський національний університет садівництва

ЕФЕКТИВНИЙ КРЕДИТНИЙ МЕХАНІЗМ ЯК ФАКТОР СТАБІЛЬНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У безперервності відтворювального процесу і розвитку підприємницької діяльності в аграрному секторі важливе значення відіграє ефективна система кредитних відносин через запровадження прогресивних механізмів кредитування сільськогосподарських підприємств. Саме тому одним з найважливіших факторів у стимулюванні відтворювальних процесів в аграрному секторі відіграє кредит як головне джерело забезпечення грошовими ресурсами поточної господарської діяльності підприємств незалежно від форми власності та сфери господарювання для здійснення товаровиробником внутрішньої економічної політики.

Одним з варіантів дієвого фінансування сільськогосподарського виробництва є його ефективний механізм кредитування. І світова практика – цьому підтвердження. В Україні ситуація виняткова. На сільське господарство зараз перепадає лише 7% кредитного портфелю банківської системи. І лише 5-6% капітальних інвестицій у АПК сформовано за рахунок банківських кредитів та подібних їм позикових коштів. За офіційною статистикою підприємства інвестували власні кошти в процес виробництва – 74% [1].

Стан сільського господарства першочергово залежить від обсягів коштів, вкладених в його розвиток, оскільки сезонний характер виробництва, уповільнений обіг оборотного капіталу, значна залежність від природно-кліматичних умов накладають певні особливості на діяльність аграрних підприємств. Розвиток сільського господарства характеризується змінами, які не забезпечили необхідної стабільності його діяльності. Прорахунки щодо фінансової політики, значна тривалість операційного циклу та занедбаний матеріальний стан протягом останніх років, при одночасному зростанні потреби в значних обсягах фінансування, зумовили нездатність сільськогосподарських підприємств протидіяти сучасним проблемам. В ринкових умовах функціонування аграрних підприємств неможливе без належного рівня власних та залучених кредитних ресурсів.

Сільське господарство потребує довгострокових фінансових ресурсів. Сьогодні практично жоден український банк не може надавати такі ресурси, бо йдеться про земельні кредити строком на 5-10 років. В умовах вільного ринку – це той оптимальний строк, щоб повернути кошти за купівлю землі. Проводити таке кредитування міг би спеціалізований земельний банк — строком на більше ніж 5 років. Під проекти зрошення — на 5-10 років. Лише 5% аграріїв наразі мають змогу отримати кредити в іноземних банках. Тому створення земельного банку має стратегічне значення для України. Правильним і дієвим було б створення зараз Державного земельного банку у кооперації з міжнародними фінансовими інститутами. Ще 4 роки тому на Всесвітньому економічному форумі в Швейцарії на круглому столі щодо землі багато великих міжнародних фінансових інститутів були готові дати Україні кошти під заставу державних земель у рамках такого банку. Передача 5 млн га держземель у заставу такому банку привела б в країну \$10 млрд під 1% річних. Наразі їх роздали майже всім громадам, але ж є ще земля, от її і можна дати в статутний фонд такого банку [2].

Крім того в умовах розробки державної стратегії продовольчої безпеки доцільно удосконалити механізм кредитного забезпечення. Так, аграрні підприємства, що реалізують свою продукцію на внутрішньому ринку повинні користуватися кредитними пільгами (наприклад, нижчими процентними ставками). Таким чином, держава частково компенсує фінансові втрати підприємств і стимулює розвиток внутрішнього аграрного ринку.

В усьому цивілізованому світі земля є заставою під довгострокові, дешеві кредити для аграрного сектору. Як свідчать відомості, які є в розпорядженні AgroPolit.com, нині українці обробляють близько третини ріллі, яка є на території Європи, або 32,7млн га. Також на одного жителя України у статистичних відомостях припадає вдвічі більше, як на одного європейця [3].

Відсутність дієвого механізму застави майна стримує розвиток банківського кредитування сільськогосподарських підприємств. Неможливість залучити кредити під заставу земельних ділянок

сільськогосподарського призначення або прав оренди на них спричиняє зростання дефіциту обігових коштів та капітальних вкладень в аграрне виробництво.

Використання іпотечних механізмів дозволяє суб'єктами господарювання:

- отримати кредит для купівлі земельної ділянки і розпочати власну справу, використовуючи її;
- розширити існуюче господарство за рахунок придбання нової нерухомості, в тому числі нових земельних ділянок, будівель, споруд;
- більш ефективно використовувати земельні ресурси;
- поновити основний та оборотний капітал;
- розробити довгострокову стратегію розвитку.

В нормативних документах держави необхідно передбачити надання кредитних пільг за раціональне використання земель. Підвищення ефективності використання земельних ресурсів країни є базисом її продовольчої безпеки та основою сприятливого конкурентного середовища після приєднання України до СОТ. Проте в частині нормативно-правового забезпечення економічного стимулювання раціонального використання та охорони земель кредитних пільг законодавство не передбачає.

В сучасних умовах гостро стоїть питання виробництва екологічно чистої сільськогосподарської продукції, що також актуально при євроінтеграційних процесах. Це вимагає вдосконалення і фінансово-кредитного механізму аграрного сектору економіки. В-першу чергу необхідно переглянути цінову та митну політику, податкове законодавство, а також запровадити пільговий режим кредитування.

Список використаних джерел

1. Аграрна гра: чи зможе хтось із українських банків нагодувати аграріїв дешевими кредитами у 2018 році? URL: <https://nabu.ua/ua/agrarna-gra-chi-zmozhe-htos.html>(дата звернення 05.01.2021).
2. *Голян В. А.* Фінансування відтворення та інституціональні передумови. Фінанси України. 2016. № 12 С. 77-91.
- 3.«Земельний довідник України 2020» – база даних про земельний фонд країни. URL: <https://agropolit.com/spetsproekty/705-zemelniy-dovidnik-ukrayini-baza-danih-pro-zemelniy-fond-krayini> (дата звернення 08.01.2021).

Корсун І.М.

доцент кафедри економіки підприємства,
обліку і аудиту
Черкаського національного університету
імені Богдана Хмельницького

СТРАТЕГІЧНІ ТА ТАКТИЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ВАЛЮТНИХ ОПЕРАЦІЙ В УКРАЇНІ

Повсякденне життя фізичних і юридичних осіб а також інших суб'єктів економіки тісно пов'язане з банками, оскільки кожна фінансова операція, розрахункова пов'язана з банківським обслуговуванням. Оскільки, долар сьогодні заповнює вітчизняну економіку, то треба сказати про те що такі операції часто здійснюються в доларовому еквіваленті. Це не є погано, оскільки чітко демонструє і дотримується євроінтеграційний вектор розвитку вітчизняної економіки, тому зв'язок з доларом США, євро та іншими провідними валютами буде тісний, крім того, ринок є відкритим, торгівля здійснюється з багатьма країнами Європи та світу. То ми можемо очікувати процес доларизації вітчизняної економіки.

Є низка наукових праць вітчизняних та зарубіжних науковців, які пов'язані з висвітленням специфіки валютних операцій в Україні. Зокрема, стабільність національної валюти, формування і обслуговування державного та гарантованого боргу України, вплив доларизації економіки на розвиток фінансового ринку (Ю.В. Пасічник); роль комерційних банків у здійсненні валютних розрахунків, інновації банків з іноземним капіталом (В.Г. Костогриз); специфіка міжнародних розрахунків та валютних операцій, лібералізація валютного регулювання в Україні, валютне регулювання як передумова економічного зростання (О.І.Береславська) та інші.

Враховуючи значний здобуток вітчизняних науковців у дослідженні проблематики валюти та валютних операцій в Україні, вважаємо за доцільне продовжити наукові пошуки з окресленої проблематики.

Пропонуємо виокремити ключові напрями розвитку валютних операцій в Україні. Принагідно відзначити, що в Україні досить розвиненими є нормативно-правові акти, які регулюють порядок валютних відносин в Україні та визначають діяльність банків у цьому полі. Наприклад ЗУ «Про банки і банківську діяльність» № 2121-III від 07.12.2000 р.[2], ЗУ «Про валюту і валютні операції» № 2473-VIII від 21.06.2018 р., ЗУ «Про Національний Банк України» № 679-XIV від 20.05.1999 р. [1].

Згідно із Законом, валютні операції – це операція, що має хоча б одну з таких ознак[3]:

а) операція, пов'язана з переходом права власності на валютні цінності та права вимоги і пов'язаних з цим зобов'язань, предметом яких є валютні цінності, між резидентами, нерезидентами, а також резидентами і

нерезидентами, крім операцій, що здійснюються між резидентами, якщо такими валютними цінностями є національна валюта;

б) торгівля валютними цінностями;

в) транскордонний переказ валютних цінностей та транскордонне переміщення валютних цінностей.

Напрями розвитку валютних операцій в Україні повинні розроблятися на рівні НБУ так само, як на рівні Уряд розробляють коротко-, середньо, та довгострокові вектори розвитку грошово-кредитної політики, макроекономічного розвитку тощо.

Планування є важливим методом науки, застосування якого дає можливість передбачити кризу, іншими словами диверсифікувати ризики.

Тому ми визначили стратегічні та тактичні напрями розвитку валютних операцій. Ми вважаємо, що тактичні короткострокові кроки є перехідними по досягненню стратегічних цілей валютних операцій.

Статегія як і тактика, на наше переконання, повинні переглядатися згідно тенденцій економіки.

Розглянемо стратегічні і тактичні напрями розвитку валютних операцій на прикладі вітчизняного банку «Ощадбанк», рис. 1., оскільки попередньо проведено ряд досліджень.

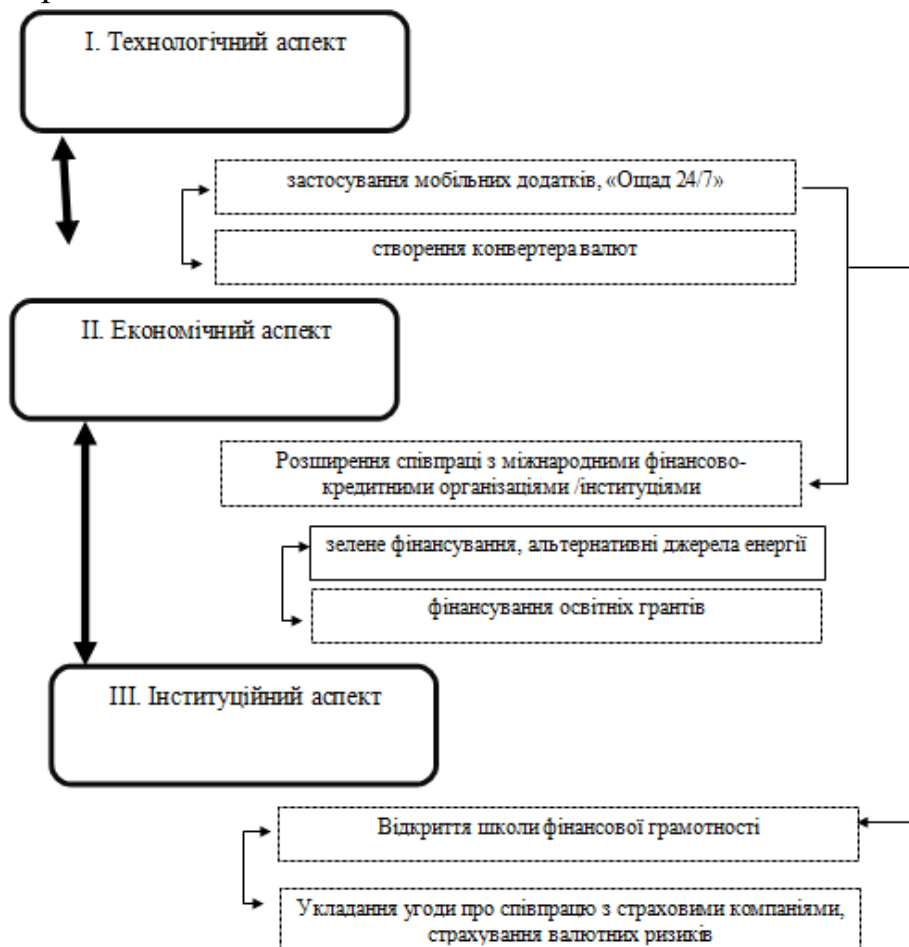


Рис. 1. Стратегічні і тактичні напрями розвитку валютних операцій на прикладі АТ «Ощадбанк»

Визначення стратегічних цілей і тактики у валютних операціях банку дозволить в подальшому ефективно функціонувати особливо в умовах VUCA (BANI) середовища.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Національний банк України» від 20.05.1999 № 679-XIV. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/679-14/conv#n529>.
2. Закон України «Про банки і банківську діяльність» від 07.12.2000 № 2121-III/ Електронний ресурс. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14/conv#n819>.
3. Закон України «Про валюту і валютні операції» від 21.06.2018 № 2473-VIII. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://ips.ligazakon.net/document/T182473?an=1>
4. Офіційний сайт АТ «Ощадбанк» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.oschadbank.ua/ua>.

Костогрив В.Г.

к.е.н., доцент,

доцент кафедри економіки підприємства, обліку та аудиту

ННІ економіки і права

Черкаського національного університету ім. Богдана Хмельницького

ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРА УКРАЇНИ У ПРОСТОРІ ВПЛИВУ ДЕСТРУКТИВНИХ ЗМІН VUCA -СЕРЕДОВИЩА

Ефективне функціонування та сталий розвиток банківського сектору можливий лише в умовах загальної фінансової стійкості економіки країни. Фінансова та економічна нестабільність та невизначеність макросередовища призводять до накопичення банківською системою політичних, економічних та інституційних ризиків, які обумовлюють розвиток кризових явищ як на рівні окремих банків, так і на рівні банківської системи в цілому.

VUCA-середовище виникає в умовах нестабільності, під впливом певних деструктивних змін які важко спрогнозувати .VUCA – це акронім англійських слів «volatility» (мінливість), «uncertainty» (невизначеність), «complexity» (складність) і «ambiguity» (неоднозначність). Науковій літературі визначено, що історично VUCA-концепції набували своєї актуальності в умовах: в 1990-х роках у військовій сфері США після закінчення «холодної війни»; в бізнес-сфері після Світової фінансово-економічної кризи 2008–2009 рр.; в соціальній сфері умовах пандемії Covid-19.[1,2].

Провівши аналіз динаміки макроекономічних показників розвитку економіки України та розвитку банківського сектору за період 2006- 2022рр., можна стверджувати, що основні деструктивні зміни показників відбувалися під дією подібних факторів: вплив світової фінансової кризи 2007-2010

пр.;дестабілізація політичної ситуації, ведення Антитерористичної операції на сході України, анексія Криму (з 2014 р.);вплив Коронакризи (з 2019 р.);повномасштабне вторгнення збройних сил Росії на територію України (з 24 лютого 2022р.). Це підтверджує гіпотезу, що Україна давно вже функціонує в умовах VUCA-середовища.

Кредитна активність вітчизняного банківського сектора під впливом вказаних деструктивних факторів є низькою незважаючи на надлишкову ліквідність, акумульовану банками. У докризовий період банки проводили агресивну кредитну політику (темпи зростання кредитного портфеля в середньому становили 91,22% щорічно). Починаючи з кінця 2008 р., під впливом Світової фінансово-економічної кризи, темпи зростання кредитування уповільнилися на 68,9%. Протягом 2014-2019 рр. обсягів кредитування зменшились у 2,6 рази. Цьому сприяло скорочення обсягів банківських ресурсів через уповільнення темпів зростання депозитів, зниження платоспроможного попиту на кредитні ресурси, високі кредитні ризики та обмеження з боку НБУ.

На фоні деструктивних факторів також спостерігається погіршення якості кредитного портфеля та зростання проблемної заборгованості за кредитами. Протягом 2014–2019 рр. простежується зростання обсягу непрацюючих кредитів до максимального значення 57% у кредитному портфелі.

Для банківського сектору України Коронакриза 2020 р. стала першою кризою, яка не супроводжувалася банкрутством банків та панічними настроями вкладників. Це було забезпечено реформою банківської системи та інноваційними підходами до організації банківської діяльності та обслуговування клієнтів.

Тобто, в умовах VUCA-середовища(невизначеності, складності, певних обмежень) з метою забезпечення ефективного розвитку банківського сектору та нівелювання деструктивних змін поряд зі стандартними підходами варто використовувати ті, що пов'язані з провадженням інноваційних технологій, обробкою великих об'ємів інформації, активним впровадженням безготівкових розрахунків, наприклад такі як:

- нові автоматизовані платформи самообслуговування (моно- і багато функціональні, інформаційні), перехід до платежів онлайн та з використанням безконтактних карток, так за допомогою NFC-пристроїв;
- віртуальні банківські та фінансові технології: управління банківськими рахунками через електронні системи зв'язку, такі як банк-клієнт, інтернет-банкінг, використання електронного підпису;
- комплексне використання нових інформаційних і комунікаційних технологій для електронного та змішаного маркетингу (CRM-технології тощо).
- аналітична обробка внутрішньої інформації за допомогою систем управлінського обліку (ERP, SAP-системи та ін.), що забезпечує нові можливості внутрішнього контролю і аудиту;

– нові підходи до кваліфікації персоналу: інноваційний менеджер, консультант по структурованим фінансовим продуктам, спеціаліст по трансакціям на фондовому і страховому ринку і т.д.

Окрім того, серед технологій, які змінюють банківську діяльність, виводять традиційні банківські послуги на якісно новий рівень, активно запроваджуються за кордоном та починають використовуватися банками України є: штучний інтелект (Artificialintelligence – AI), великі дані (Bigdata), блокчейн (blockchain), біометрія, інтерфейси програмування додатків (ApplicationProgrammingInterfaces – API) тощо.

Таким чином, у просторі невизначеності та неоднозначності VUCA-середовища банківський сектор зазнав певних деструктивних змін, проте використанням поряд із стандартними напрямками організації банківської діяльності та обслуговування клієнтів певних інноваційних технологій дозволяє нівелювати негативний вплив факторів та забезпечити гнучкість та ефективне функціонування банківського сектору.

Список використаних джерел

1. Легомінова С.В. Концептуальні засади стратегічного управління конкурентними перевагами підприємств. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Випуск 18. URL: <http://global-national.in.ua/archive/18-2017/48.pdf> (дата звернення: 31.05.2022).

2. Horney N. Leadership Agility in a VUCA World: Update – 2015 URL: https://1stdirectory.co.uk/assets/files_comp/4647fb5b-be70-4548-94db-db86c2dd0390.pdf (дата звернення: 31.05.2022)

Костюк В.С.

к.е.н., доцент

доцент кафедри економіки

Уманський НУС

ФІНАНСОВІ ДЕТЕРМІНАНТИ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ ДОМОГОСПОДАРСТВ

Серед різноманітних детермінантів економічної поведінки (політичні, соціально-демографічні, економічні установки, індивідуальні особливості членів домогосподарств, рівні соціальної взаємодії та доступ до соціальних послуг і благ, цінності та мотиваційні установки) пріоритетними є фінансові - рівень доходів і заробітної плати, темп інфляції, рівень фінансової освіти, інвестиційна спроможність, заощадження, фіскальна та бюджетна політика держави, кредитні гарантії тощо. Саме фінансові детермінанти поведінки домогосподарств слугують основою економічного мислення, що впливає на прийняття рішень. Адже безпосередньо рівень доходів і витрат, культура і структура споживання та заощадження, формування економічного мислення та рівень фінансової освіти, доступ до кредитів найбільше впливають на

економічну поведінку домогосподарств, що, в свою чергу, визначає економічний розвиток суспільства.

Для поглиблення уяви щодо процесів формування фінансових детермінантів поведінки домогосподарств розглянемо внесок окремих складових у формування сукупних доходів і нерівності домогосподарств України, табл. 1.

Таблиця 1

Внесок окремих складових у формування сукупних доходів і нерівності домогосподарств України, %

Компоненти сукупного доходу	2000р.		2010р.		2020р.	
	Частка у сукупних доходах	Внесок у коефіцієнт Джині	Частка у сукупних доходах	Внесок у коефіцієнт Джині	Частка у сукупних доходах	Внесок у коефіцієнт Джині
Оплата праці	42,5	47,5	52,5	64,4	60,9	74,6
Пенсії	17,0	11,4	21,4	15,1	13,6	4,4
Доходи від підприємницької діяльності	3,2	3,5	5,4	10,6	6,9	11,5
Допомога по безробіттю	0,4	-0,2	0,2	-0,1	0,2	0,1
Допомога на дітей	0,3	-0,3	1,3	-1,0	1,5	-1,2
Допомога по малозабезпеченості	0,1	-0,1	0,1	-0,3	0,2	-0,3
Інші допомоги	0,8	1,6	0,5	0,5	0,3	0,2
Субсидії	1,5	0,3	0,1	0,02	0,8	-0,3
Пільги	1,7	2,3	1,2	1,4	0,7	0,9
Інші доходи	32,7	34,0	17,2	14,3	14,8	10,1

Джерело: Розраховано за даними Держстату України.

Дані таблиці вказують на те, що відбуваються позитивні зміни у структурі доходів. Протягом останніх двадцяти років зростає частка оплати праці, яка складає більше 60 %. Позитивним є також зростання частки доходів від підприємницької діяльності – з 3,2% до 6,9%, хоч варто зазначити, що цей показник є ще досить низьким, що вказує на недостатній рівень розвитку приватного бізнесу в Україні. Також варто відмітити і падіння частки субсидій і пільг у структурі доходів, як наслідок проведення більш виваженої соціальної політики.

Важливим фінансовим детермінантом економічної поведінки домогосподарств є рівень заощаджень. Саме цей показник є одним із ключових параметрів економічного розвитку країни, який дає можливість прогнозувати зміни економічної, зокрема споживчої й інвестиційної поведінки у перспективі. Схильність до заощаджень і можливість її реалізувати в сприятливих інституційних умовах задають довгострокові стратегії соціально-економічної поведінки. Це пов'язано з інвестиціями в освіту, здоров'я, в кінцевому підсумку – у розвиток людського капіталу, що стабілізує соціально-економічну ситуацію і позитивно впливає на перспективи інноваційного розвитку країни. Високий рівень заощаджень також забезпечує «запас міцності» за умов кризи чи військових дій, з якими сьогодні зіткнулася Україна. У методичному аспекті рівень заощаджень

домогосподарств розраховують на основі статистики національних рахунків, зокрема як наявний дохід за вирахуванням витрат на кінцеве споживання.

Мотивація домашніх господарств до заощаджень характеризується як доходами, так і витратами. В Україні впродовж всіх років незалежності спостерігається висока частка витрат на харчування, що є показником високого рівня бідності в країні. Майже 50% витрат домогосподарств спрямовується на придбання продуктів харчування, в той час, як у розвинутих країнах домогосподарства витрачають на харчування не більше 30% сукупного доходу сім'ї. Така ситуація є однією з причин низької схильності українців до заощаджень.

Варто також відмітити, що джерелом внутрішніх інвестицій в національну економіку виступають лише організовані заощадження. Проте, домінуючою формою заощаджень українських домогосподарств виступають неорганізовані заощадження і, зокрема, готівкові накопичення. В умовах нестабільності національної грошової одиниці та проблем банківської системи більше 50% українців вважають, що найоптимальнішою формою заощаджень є готівка. Так, на початок 2020 р. на руках у населення перебувало 350 млрд. грн., в той час як сукупні депозитні вкладення останніх становили лише 576,1 млрд. грн. [1].

Взаємозв'язані споживча поведінка та стратегія заощаджень домогосподарств визначають обсяги сукупного попиту на внутрішньому ринку товарів і послуг, а також рівень інвестиційного попиту, формують систему фінансових ресурсів для банківського сектору через депозити та стимулюють ділову активність інших суб'єктів малого і середнього бізнесу.

Водночас, економічна поведінка домогосподарств формується під впливом макроекономічної системи, об'єктивних соціально-економічних і суб'єктивних соціо-культурологічних факторів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мелих О. Ю. Заощадження домогосподарств: соціально-економічна роль та тенденції формування в Україні. *Ефективна економіка*. 2020. № 11.

Коцюк А.О.,

здобувачка вищої освіти ступеня бакалавра
Державний торговельно-економічний університет

РИНОК ПЛАТІЖНИХ КАРТОК УКРАЇНИ: СТАН ТА МОДЕРНІЗАЦІЯ

Ринок платіжних карток – сукупність економічних відносин, що виникають між його учасниками щодо забезпечення емісії та обігу платіжних карток і формуванні попиту та пропозиції на послуги, пов'язані із здійсненням операцій із платіжними картками.[1, с.314] Він є частиною платіжного ринку України, причому вагомою.

Ухвалений Закон «Про платіжні послуги», який вступить в силу з серпня 2022 року, модернізує та переформатує платіжний ринок України. На думку

О. Коробкової «Три види послуг змінять структуру платіжного ринку. Перше – це нефінансові платіжні послуги, а саме ініціювання платіжної операції і надання відомостей з рахунків. Друге – це послуги небанківських установ, які зможуть відкривати клієнтам платіжні рахунки та випускати електронні гроші. Обмежені платіжні послуги, до яких відносяться послуги із зарахування інкасованої готівки на рахунок клієнта транзитом через рахунок інкасаторської компанії, і мікроплатіжні послуги телекомоператорів своїм клієнтам» [2].

На ринку з'явиться багато нових гравців. «Окрім банків, на ринок вийдуть платіжні установи, філії іноземних платіжних установ, установи електронних грошей, фінансові установи, оператори поштового зв'язку і ті компанії, які будуть надавати нефінансові платіжні послуги, – впевнений директор Асоціації членів платіжних систем ЄМА О. Карпов. [2] Він очікує, що ринок стане більш спеціалізованим, оскільки фінансові установи будуть надавати спеціалізовані послуги для небанківських установ різного типу, а прямий доступ до Системи електронних платежів НБУ залишиться тільки у банків.

Розвиток ринку платіжних карток суттєво впливає на загальні економічні процеси в країні. Насамперед він знижує витрати, пов'язані з обслуговуванням грошового обігу, стимулюючи діє на сферу банківських послуг та дає змогу збільшити обсяги залучення ними коштів, що збільшує їх кредитні можливості, а це, своєю чергою, сприяє підвищенню ефективності економіки в цілому.

Ринок платіжних карток в Україні має стабільну динаміку розвитку. Упродовж 2021 року обсяги операцій із використанням платіжних карток продовжували зростати. Так, кількість операцій із використанням платіжних карток, емітованих банками України, становила 7 817,1 млн шт., а їх сума – 5 091,7 млрд грн. Порівняно з 2020 роком кількість та сума зазначених операцій зросла приблизно на третину (на 30,3% та 28,7% відповідно). [3] Що стосується видів операцій з картками, спостерігаємо наступне (рис.1).

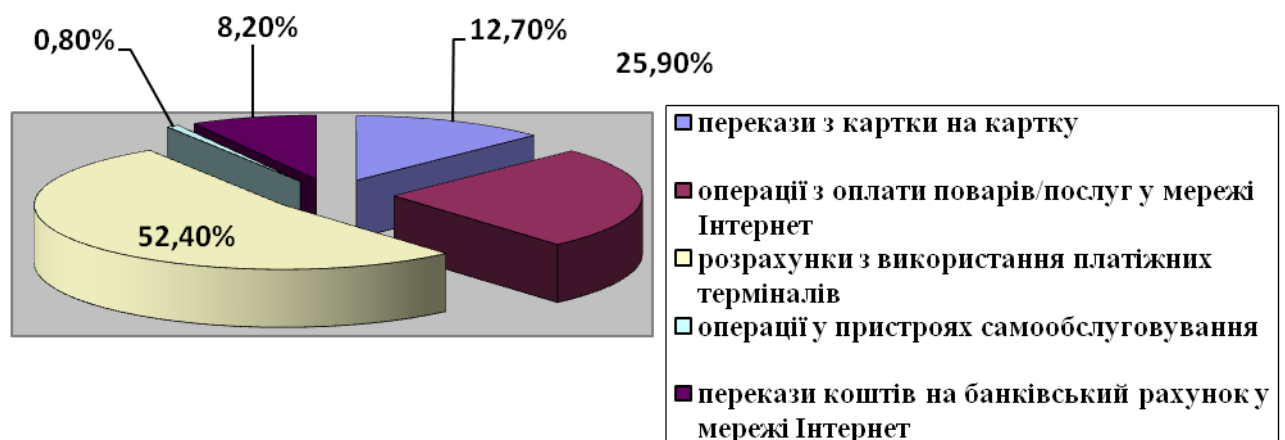


Рис. 1. Розподіл безготівкових операцій з використанням платіжних карток в Україні за 2021 рік (кількість операцій), %

Як бачимо з даної діаграми, найбільша частка безготівкових операцій з використанням платіжних карток припадає на розрахунки використанням платіжних терміналів, а найменша - операції у пристроях самообслуговування.

В табл. 1 видно, що попри скорочення за останні роки кількості банків-учасників платіжних систем спостерігається високий відсоток їх питомої ваги від загальної кількості банків. Це пояснюється зменшенням кількості діючих банків в Україні. Також можемо спостерігати збільшення кількості держателів платіжних карток та кількості карток на одну особу. У 2021 р. їх кількість становила 57 603 тис. осіб та 2,16 шт. на одну особу відповідно.

Таблиця 1

Учасники та держателі платіжних карток в Україні у 2017-2021 рр.

Показник	2017	2018	2019	2020	2021
Банки-учасники карткових платіжних систем, шт	77	73	70	70	68
Держателі платіжних карток, тис. осіб	41 721	42 304	46 576	49 461	57 603
Частка банків-учасників карткових платіжних систем, %	93,90	94,81	93,33	95,89	95,77
Кількість платіжних карток на 1 особу, шт	1,41	1,41	1,64	1,77	2,16

*Примітка: складено автором за джерелами [3]

За 2021 рік українці більш як на 38,1% сплачували послуги в Інтернеті, а середня сума чеку зросла на 32%, порівнюючи з минулим роком. Так, найчастіше сплачували комунальні послуги, поповнювали мобільний рахунок, платили за відеоігри. Крім цього, розраховувались у супермаркетах, за таксі, послуги кур'єрів тощо. [4]

Отже, ринок платіжних карток як сегмент платіжного ринку України дуже динамічний - він швидко розширюється за рахунок нових держателів ЕПЗ, емітентів і точок обслуговування, на ньому змінюються лідери, з'являються нові продукти, послуги та надавачі цих послуг.

Список використаних джерел:

1. Плісак Т.О., Нетребчук Л.О. Ринок платіжних карток: сутність, властивості та показники розвитку. *Економіка і суспільство*. 2016. №4. С.312-318.
2. Нові види послуг змінять платіжний ринок України. URL: <https://finclub.net/ua/news/novi-vydy-posluh-zminiati-platizhnyi-rynok-ukrainy.html> (дата звернення: 21.05.2022).
3. Офіційний сайт Національного Банку України. URL: <https://bank.gov.ua> (дата звернення: 21.05.2022).
4. Ринок платіжних карток 2021: зростання продовжується. URL: <https://upc.ua/rinok-platizhnikh-kartok-2021-zrostannya-prodovzhuetsya/> (дата звернення: 21.05.2022).

Крижановський О. О.
студент 41К групи ФФБС
Одеського національного економічного університету

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ДИСТАНЦІЙНОГО БАНКІВСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ

В Україні розвиток систем дистанційного банківського обслуговування фізичних осіб знаходиться на активному рівні. Але існують банки, які не бажають вводити в свою діяльність нові канали надання послуг. В першу чергу, це пов'язано з великими грошовими втратами, які понесуть фінансові установи при впровадженні нових систем дистанційного обслуговування. Проте, з кожним роком конкуренція на ринку банківських послуг України лише зростає і у фінансових установ виникає потреба до вдосконалення своїх систем дистанційного обслуговування. Це, в свою чергу, допомагає їм бути більш конкурентоспроможними на ринку та охоплювати більшу аудиторію споживачів.

Однак, якість надання фінансових послуг споживачам залежить не лише від банків та розвитку банківської системи в цілому, а також від різних факторів. Розглянемо їх більш детально.

Напевно, найвагомим чинником гальмування розвитку дистанційного банківського обслуговування в Україні є фінансово-політична ситуація в країні. Через бойові дії на території України та всім відомої «коронакризи» ведення банківського бізнесу стає складним, а в деяких випадках – і зовсім неможливим. Все це негативно впливає на фінансову стабільність банківського сектору та країни в цілому. Фінансові установи стають неготовими до нових змін і продовжують вести свою діяльність у первісному вигляді [1].

Гальмує розвиток дистанційного банківського обслуговування в Україні і високий рівень шахрайства в мережі Інтернет. Із розвитком цифрових технологій знаходяться і люди, які мають бажання незаконним чином нажитися на легковірних особах в Інтернеті. Після переходу банків України на дистанційне обслуговування фізичних осіб почастишали випадки афер через розмову по мобільному телефону, листи на електронній пошті клієнта та ін. Це стає причиною недовіри споживачів послуг до банківського сектору країни. Банки змушені систематично витрачати значні кошти для розробки нових технологій захисту споживачів [1].

Слід зауважити, що НБУ вже на протязі декількох років активно працює над вирішенням проблеми шахрайства в мережі Інтернет. Впроваджуються нові методи ідентифікації та автентифікації клієнтів банків, до них можна віднести: електронний цифровий підпис, багатофакторну автентифікацію тощо. НБУ та комерційні банки постійно висвітлюють на своїх веб-порталах корисну інформацію щодо того, як захистити себе від шахраїв в мережі Інтернет.

Наступним чинником, який гальмує розвиток дистанційного банківського обслуговування в Україні, є фінансово неграмотне населення. НБУ, комерційні банки та Фонд гарантування вкладів постійно проводять заходи, пов'язані з підвищенням рівня фінансової грамотності населення (різноманітні тренінги, лекції, семінари тощо) [2]. За даними статистичної звітності НБУ станом на 2021 рік найвищий рівень фінансової грамотності в Україні зафіксований у людей віком від 25 до 34 років. Найменш фінансово обізнаною є молодь віком від 18 до 19 років та люди, старші 60 років [3]. Низький рівень фінансово грамотного населення є також наслідком ризику використання щодо клієнтів банків шахрайських схем.

Слід також не забувати і про рівень проникнення Інтернету в Україні. Вагома частка населення країни знаходиться в умовах, які виключають можливість підключення до мережі Інтернет. До них належать: низький рівень матеріального забезпечення людини; політична ситуація в країні (бойові дії); відсутність доступу до Інтернету в деяких населених пунктах тощо. Через відсутність підключення до мережі Інтернет велика кількість клієнтів банків втрачають можливість використання інтернет-банкінгу та мобільного банкінгу.

Список використаних джерел

1. Вядрова І. М., Єрмолаєва В. С. Основні напрямки оптимізації та вдосконалення дистанційного банківського обслуговування [Електронний ресурс] /Режим доступу: <http://tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/view/136/133>
2. Що таке фінансова грамотність і навіщо вона потрібна? [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Фонду гарантування вкладів фізичних осіб– Режим доступу - <https://banker.ua/uk/top-20-digital-bankiv-komentar-redakcii/>
3. За останні три роки рівень фінансової грамотності українців поліпшився – результати дослідження [Електронний ресурс] // Офіційний сайт НБУ– Режим доступу - <https://bank.gov.ua/ua/news/all/za-ostanni-tri-roki-riven-finansovoyi-gramotnist-ukrayintsiv--polipshivsya--rezultati-doslidjennya>

Прокопчук О.Т.

д.е.н., доцент,
завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування, УНУС

НОВОЧАСНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ НА РИНКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Війна, що наразі триває в Україні примушує страховиків розв'язувати цілу сукупність небачених досі проблем: упорядковувати та систематизувати вал ДТП, що мали місце у чергах під час перетину кордону, надавати допомогу українським біженцям у європейських країнах, навчатися опрацьовувати заявки через чат-боти у месенджерах та, зрештою, знаходити резерви для виконання зобов'язань перед страхувальниками. Саме страхування, ключовим завданням якого є формування ефективної системи

страхового захисту, особливо на тлі сьогочасної нестабільності в Україні, традиційно належить до універсальних інструментів мінімізації ризиків [1].

Загальна кількість страхових організацій, що функціонували на українському страховому ринку у 2021 р. становила 181, у тому числі СК «life» – 19 організацій та СК «non-life» – 162 організації відповідно. Частка страхових організацій, що працюють у лайфовому сегменті відображала загальну тандемну залежність щодо скорочення кількості страховиків та вирізнялася чіткою тенденцією до скорочення лайфових страхових організацій: з 73 у 2010 р. (16 %) до 19 – у 2021 р. (9,5 %). Що ж до укладених нових страхових угод, то українські страхові організації у 2021 р. уклали їх майже 100 тисяч штук [2-3].

Як наслідок, за ситуації що наразі склалася, вітчизняний страховий бізнес працює не на залучення нових страхових платежів, тобто укладення нових страхових угод, а на те, щоб забезпечити можливість страхових виплат за уже наявними зобов'язаннями.

Варто зауважити, що специфіка роботи більшості великих та середніх страхових організацій за воєнного стану є сталою – вони підтримують нормальну роботу та намагаються виконувати взяті на себе зобов'язання. Відділення вітчизняних страхових організацій працюють усюди, окрім «гарячих точок» на сході та півдні. Проте, навіть там звернення клієнтів намагаються приймати в електронному вигляді, телефоном, через мобільний додаток та чати. Таким чином, основні підрозділи страхових організацій продовжують роботу віддалено, незалежно від місцезнаходження їх співробітників.

Чат-боти у Viber і Telegram наразі стали дієвим новочасним інструментом страховиків: з допомогою месенджерів вдається налагодити постійний та конструктивний зв'язок з клієнтами (останні можуть направляти до страхових організацій документи й фото пошкоджень для оцінки збитків і, відповідно, погодження виплат), тобто є можливість отримувати фідбек від страхувальників.

Українська страхова індустрія продовжує працювати, водночас бізнес-модель значної частини страхових організацій похитнулася. Березень 2022 р. ознаменувався для українських страхових організацій втратою близько половини надходжень від страхових премій – регулярних платежів від страхувальників.

Як наслідок вітчизняна страхова індустрія не без остраху розмірковує, як працюватиме після війни, адже відомо що остання дуже чутлива до стану економіки країни в цілому.

Список використаних джерел:

1. Цивільний кодекс України, документ № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (дата звернення: 02.05.2022).
2. Про страхування: закон України від 07.03.1996 р. №1255 URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/85/96> (дата звернення: 02.05.2022).

3. Прокопчук О.Т. Розвиток українського ринку страхових послуг в контексті забезпечення економічної безпеки країни. *Збірник праць Уманського національного університету садівництва*. Редкол.: О.О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. Умань: Видавництво «Сочінський М.М.». 2019, Вип. 94. Ч. 2: Економічні науки. С. 69-85. DOI 10.31395/2415-8240-2019-94-2-69-85.

Разумова Г.В.

д.е.н., доцент

професор кафедри аналітичної економіки та менеджменту

Альперович Я.І.

здобувачка вищої освіти

Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

ГРОШОВО-КРЕДИТНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ ТА ЇЇ ПЕРСПЕКТИВИ

Фінансовий сектор є невід'ємною ключовою складовою національної економіки будь-якої країни світу. Саме від ефективності функціонування даного сектору залежить стабільність макроекономічних та зростання монетарних показників. Виходячи із сучасних реалій, а саме повномасштабного військового вторгнення на територію України, яке спричинило не лише руйнування інфраструктури та жертви серед населення, а й стрімке падіння економіки, особливо гостро постає питання щодо мінімізації можливої дестабілізації національної грошово-кредитної системи. В такій ситуації ключова роль у якості «стабілізатора» по праву належить грошово-кредитній політиці країни.

Згідно Закону України «Про Національний банк України», «грошово-кредитна політика – комплекс заходів у сфері грошового обігу та кредиту, спрямованих на забезпечення цінової стабільності шляхом використання інструментів грошово-кредитної політики» [1].

Грошово-кредитна політика, як і будь-який інший напрям державної політики, має свою мету, об'єкти та суб'єкти, інструменти впливу. На рис. 1 узагальнено зазначені структурні елементи грошово-кредитної політики.

Не менш важливим при визначення сутності грошово-кредитної політики є інструменти, за допомогою яких вона здійснює досягнення мети та реалізацію завдань. Інструменти дають можливість регулювати розвиток грошового ринку й економіку країни в цілому. Отже, інструментами грошово-кредитної політики є «сукупність різноманітних адміністративних, економіко-правових та інформаційних важелів, заходів, методів, методик, моделей, алгоритмів, які застосовує НБУ для виконання завдань цієї політики» [2].

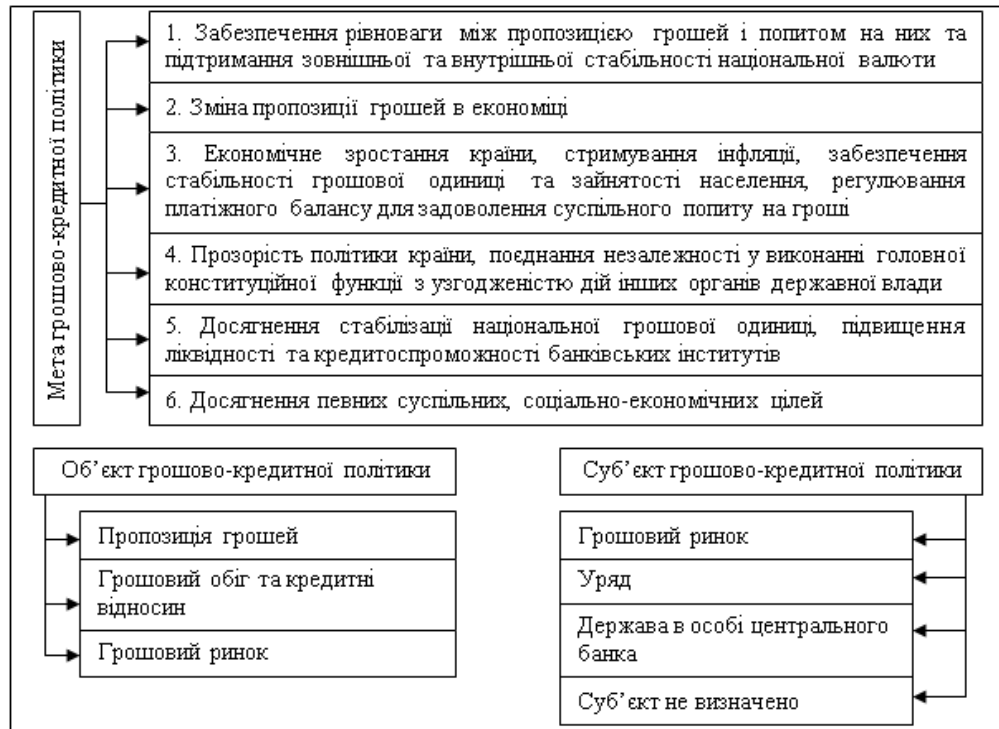


Рис. 1. Мета, об'єкт та суб'єкт грошово-кредитної політики
Джерело: побудовано авторами на основі [2]

Точно обрана сукупність інструментів грошово-кредитної політики та механізму їх застосування визначає здатність реалізувати загальноекономічні цілі держави, дає змогу досягти рівноважного стану на грошово-кредитному ринку країни, а також сприяє забезпеченню розвитку економіки в цілому.

Оперуючи існуючими інструментами та враховуючи період воєнного стану Національний банк України продовжує реалізацію спрямованих на підтримання фінансової стійкості заходів у грошово-кредитній політиці. Так, на своєму позачерговому засіданні Рада НБУ ухвалила Основні засади грошово-кредитної політики на період воєнного стану, що передбачають:

- тимчасове невикористання ринкових монетарних інструментів, зокрема ключового – облікової ставки, як основного інструменту грошово-кредитної (монетарної) політики через те, що зниження під час війни дієвості ринкових інструментів унеможлиблює проведення монетарної політики в режимі інфляційного таргетування з плаваючим валютним курсом;
- тимчасове утримання від публікації власних макроекономічних прогнозів через високу невизначеність, спричинену війною, що також ускладнює прогнозування економічних процесів з прийнятною імовірністю;
- надання підтримки державному бюджету шляхом купівлі цінних паперів Уряду України на первинному ринку [3].

Узагальнюючи, відмітимо, що ключовим завданням грошово-кредитної політики є стабілізація економіки. Особливо сьогодні, в умовах війни, комплексне впровадження фінансових заходів сприятиме безперебійному фінансуванню видатків державного бюджету, забезпечує додаткове забезпечення Збройних Сил України, збереження ресурсної бази банківської системи й забезпечення її ліквідності.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про Національний банк України» № 679-XIV від 20 травня 1999 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/679-14#Text>
2. Світлична В.Ю. Визначення сутності та організаційних засад реалізації грошово-кредитної політики. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2019. Вип. 24. Ч. 3. С. 72-77.
3. Рішення НБУ «Про основні засади грошово-кредитної політики на період воєнного стану» № 4-рд від 15 квітня 2022 р. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/osnovni-zasadi-groshovo-kreditnoyi-politiki-na-period-voyennogo-stanu>
4. Національний інститут стратегічних досліджень. Огляд інструментів підтримки фінансової стійкості в умовах воєнного стану в Україні. URL: <https://niss.gov.ua/en/node/4445>

Томарович Т.В.

PhD здобувач

ЛНУ імені І.Я. Франка

ФОРМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ ПОТОКАМИ БАНКУ

Діяльність установ банківського сектору сильно залежить від економічної ситуації країни, яка в наш час дуже складна та піддається постійним змінам під впливом економічних та політичних факторів. В той же час саме банківська сфера відіграє величезну роль у сучасній економіці, оскільки вона виконує функцію розподілу фінансових ресурсів [1].

Фінансові потоки банку являють собою кругообіг фінансових і не фінансових активів і заборгованостей в розмірі як національної економіки так і окремих секторів. Управління фінансовими потоками банку є одним із ключових процесів управління банком. Основним завданням фінансової політики банку є побудова ефективної системи управління фінансовими потоками для забезпечення досягнення стратегічних і тактичних цілей банку. Основними об'єктами управління фінансових потоків банку є: капітал банку, його активи і пасиви, ліквідність банку, прибуток та збиток [2,4].

Система управління фінансовими потоками являє собою управління такими важливими елементами як:

— Сукупність усіх грошових засобів що поступають у банк та «покидають» його;

— Сукупність усіх фінансових ресурсів банку, які забезпечують його працездатність [3].

Стосовно елементів управління фінансових потоків виділяють наступні:

1. взаємовідносини з акціонерами, державними органами, контрагентами, кредитування, страхування, податкова система, тощо;

2. інструменти фондового ринку, депозити, дивіденди;
3. нормативно-правове забезпечення підприємства, установлені норми та нормативи роботи банку.

Управління фінансовими потоками банку відбувається за певними підходами:

- Ситуаційний підхід (метод управління визначається ситуацією, що склалася на ринку);
- Функціональний (комплекс задач банку розглядається як система функцій);
- Процесний (безперервне застосування основних управлінських функцій: планування-аналіз-регулювання-контроль);
- Інтеграційний (взаємозв'язок між окремими підсистемами і елементами);
- Нормативний (встановлення певних обмежень в роботі) [4].

Управління фінансовими потоками банку це достатньо складний та важливий момент у забезпеченні грамотної та ефективної роботи банку. Можна виділити наступні форми управління потоками:

1. Загальноекономічні: кредитування, касові операції, фінансові санкції;
2. Прогнозно-аналітичне управління: фінансове та податкове планування, факторний аналіз, прогнозування;
3. Спеціальна форма управління: фінансовий лізинг, дивідендна політика, франчайзинг, факторинг та трастові операції [5].

Отже, на відміну від виробничих підприємств, де управління фінансовими потоками є умовою для забезпечення основної діяльності підприємства, управління фінансовими потоками банку фактично і є його основною діяльністю. Від форми управління буде залежати напрямок роботи банку та її результати. До того ж грамотне управління фінансовими потоками буде заключати у собі поєднання різних форм управління та напрямків діяльності банку.

Список використаних джерел:

- 1) Коваль, С. Фінансові потоки банківських установ: теорія і практика / С. Коваль // Світ фінансів. – 2012. – Вип. 4. – С. 200-206.
- 2) Вовк, І.С. Фінансові потоки місцевих бюджетів та особливості їх формування / І.С. Вовк // Облік і фінанси АПК. – 2011. – № 1. – С. 155-159
- 3) Пірог, Д. В. Місце комплексного управління грошовими потоками в системі банківського менеджменту / Д. В. Пірог // Інвестиції: практика та досвід. - 2011. - № 16. - С. 59-62.
- 4) Фінансовий менеджмент у банку. Навч.посіб./ Журавльова Т.О., Макаренко Ю.П., Турова Л.Л., Сірко А.Ю. – Дніпро: Пороги, 2021.- 360 с.
- 5) Репа, Н. С. Управління грошовими потоками комерційного банку як складова банківського менеджменту. Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. – Вінниця: Видавничо-редакційний, 210.

Турик Б.В.

здобувач освіти другого (магістерського) рівня

Науковий керівник – **Барабаш Л.В.**

к.е.н., доцент

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Уманський національний університет садівництва

ПОДАТКОВІ НАДХОДЖЕННЯ У ФОРМУВАННІ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ І США

Згідно Бюджетного кодексу України, до доходів місцевих бюджетів відносяться такі джерела, як податкові надходження, неподаткові надходження, доходи від операцій з капіталом і трансферти. Причому саме податкові надходження є основним джерелом доходів (рис. 1).

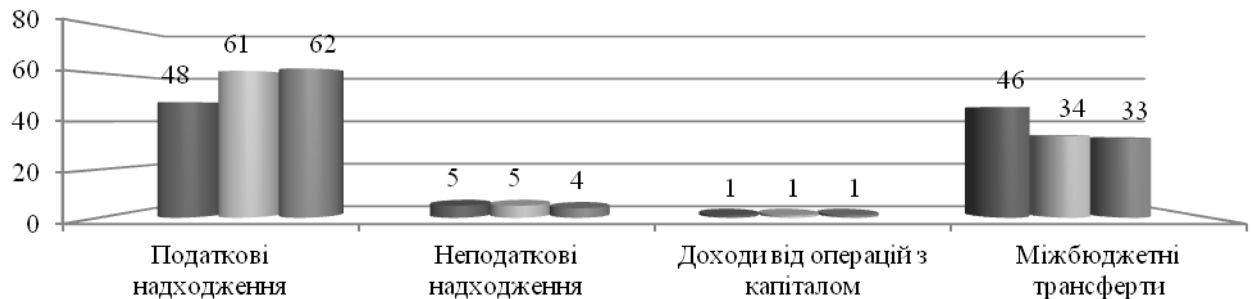


Рис. 1. Структура доходів місцевих бюджетів в Україні у 2019–2021 рр., % [1]

Як бачимо з рис. 1, у 2019–2021 рр. відзначається помітне зростання частки податкових надходжень у доходах місцевих бюджетів. При цьому понад 40% суми надходжень з них було забезпечено податком на доходи фізичних осіб.

У бюджетах штатів США у 2019 році податки забезпечили 49% загальних доходів штату, у тому числі: 19 % коштів надійшло від сплати прибуткового податку фізичними особами, 15 % – від загальних податків з продажу та податків на валовий виторг, 8 % від вибірових податків з продажу на такі покупки, як алкоголь, моторне паливо та тютюнові вироби, 3 % від корпоративного прибуткового податку, 4 % від інших податків, таких як податок на спадщину, податок на майно та податок на видобуток корисних копалин [2].

У бюджетах місцевих органів влади частка податків у структурі доходів склала 42%. З них 30 % становив податок на майно, 5 % – податки з продажу та на валовий виторг, 2 % – надходження від вибірових податків з продажу на такі покупки, як алкоголь, моторне паливо та тютюнові вироби, 2 % – прибутковий податок з фізичних осіб і 3 % склали надходження від інших податків, таких як місцеві податки на бронювання готелів та харчування у ресторани.

Тобто у бюджетах США на рівні штатів і місцевому відзначається відсутність тотальної прив'язки до певного податку та спостерігається суттєва диверсифікація податкових джерел доходів. А в Україні відзначається концентрація на податку на доходи фізичних осіб.

У світлі триваючої в Україні реформи децентралізації зростання частки податкових надходжень у доходах місцевих бюджетів можна вважати позитивним явищем. Проте слід зауважити, що така концентрація є доволі ризиковою, зокрема як наразі, коли в Україні воєнний стан і більшість підприємств не працює зовсім або частково. Адже відсутність диверсифікації джерел доходів призведе до значних структурних дисбалансів і високого рівня дефіциту бюджету.

Список використаних джерел

1. Онищенко В. Структура місцевих бюджетів у 2021 році. Бухгалтерія для бюджету та ОМС. 29.06.2021. URL: <https://www.budgetnyk.com.ua/article/126-struktura-mstsevih-byudjetv-u-2021-rots> (дата звернення 01.06.2022)
2. State and Local Revenues. Urban Institute. URL: <https://www.urban.org/policy-centers/cross-center-initiatives/state-and-local-finance-initiative/state-and-local-backgrounders/state-and-local-revenues> (дата звернення 02.06.2022)

Хабарова А.А.,

здобувачка вищої освіти ступеня бакалавра
факультету фінансів та обліку
Державний торговельно-економічний університет

ПЛАТІЖНІ СИСТЕМИ УКРАЇНИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇХ РОЗВИТКУ

Сучасний етап розвитку світової економіки, з урахуванням умов пандемії, а в Україні ще й в умовах війни, спричиняє досить високі вимоги щодо переказів коштів, насамперед щодо їх доступності, зручності та безпечності. І тут в нагоді фінансовим установам стають новітні технології, які дають змогу удосконалити вже існуючі платіжні системи та їх продукти.

Відповідно до існуючого на сьогодні Закону України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні», платіжна система – це платіжна організація, члени платіжної системи та сукупність відносин, що виникають між ними при проведенні переказу коштів [1]. Проте з 01 серпня 2022 року вступає в дію новий Закон «Про платіжні послуги», який розширює поняття платіжної системи, її учасників та послуг. Так, згідно нового Закону під платіжною системою будуть розуміти: систему для виконання платіжних операцій із формальними та стандартизованими домовленостями і

загальними правилами щодо процесингу, клірингу та/або виконання розрахунків між учасниками платіжної системи [2].

Сукупність платіжних систем, які функціонують на території України, включає: систему електронних платежів Національного банку України (СЕП НБУ); карткові платіжні системи (НПС «Простір», Mastercard, Visa тощо); системи переказу коштів [3]. Все це формує платіжний ландшафт України. Натомість новий Закон значно розширює коло учасників платіжних систем, серед яких виділяють надавачів платіжних послуг (причому, як банківських, так і не банківських), комерційних агентів, операторів платіжної системи, технологічних операторів, користувачів. Крім того, розширено види платіжних операцій.

Слід зазначити, що розвиток платіжних систем в Україні активно підтримується низкою різноманітних ініціатив та заходів Національного банку України, основним з яких є Стратегія розвитку фінансового сектору України до 2025 року [4], яка передбачає наступне:

- забезпечення розвитку цифрових технологій, аналізу big data, blockchain, автоматизації, роботизації і використання штучного інтелекту;
- вивчення можливості випуску цифрової валюти центрального банку е-гривня;
- забезпечення посилення кібербезпеки;
- розвиток системи віддаленої ідентифікації BankID НБУ та онлайн-сервісів фінансових послуг;
- упровадження нових стандартів та форматів платежів (ISO 20022);
- стимулювання розвитку нових технологій для здійснення платежів та переказів коштів;
- розвиток НПС «ПРОСТІР».

Слід відмітити, що більшість цих пунктів вже впроваджено і продовжує свій розвиток. Не стоїть осторонь і законотворчий процес. Так, було прийнято Закон «Про віртуальні активи», він ще не набрав чинності, проте поштовх до розвитку платіжних систем на базі віртуальних активів вже є. Серед безготівкових та електронних платежів варто виділити платіжні підсистеми на основі електронних грошей (PayPal, EasyPay) та підсистеми на основі цифрових технологій (Blockchain). Ці електронні системи дозволяють швидко та зручно переказувати гроші будь де і будь коли.

В Україні стрімкий перехід користувачів платіжних систем на онлайн-розрахунки та електронну комерцію відбувся через пандемію (у 2020 році майже 87% карткових розрахунків відбулись у безготівковому форматі), а військові дії ще більше підкреслити важливість дистанційних платежів і ця цифра зростає. Але попри всі переваги дистанційного обслуговування, виникає значний ризик – шахрайство. Останніми роками цей ризик значно виріс. Тож основними задачами платіжних систем є: своєчасно виділити проблему, спрогнозувати її розвиток, оцінити її вплив на систему, вжити захисних заходів та проконтролювати їх.

Серед перспективних напрямів розвитку платіжних систем є: blockchain, роботизація і використання штучного інтелекту, подальший розвиток конкуренції, підвищення якості та спектру платіжних сервісів, забезпечення прозорості транзакцій, підвищення швидкості, гнучкості та безпеки платежів, цифровізація та плідна інтеграційна співпраця з міжнародними платіжними системами при розширенні географії транзакцій.

Отже, можна сказати, що на сучасному етапі платіжні системи все більше діджиталізуються та потребують удосконалення і підтримки. Впроваджуються новітні платіжні системи, що спеціалізуються виключно на електронних платежах. Вважаємо, що дане питання вимагає єдиної концепції та правил, для успішного розвитку в подальшому. Також необхідна підтримка з боку держави та Національного банку України. Але можна сказати, що концепція розвитку платіжної системи України є досить перспективною та інноваційною.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2346-14#Text> (дата звернення: 20.05.2022).
2. Закон України «Про платіжні послуги». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1591-20#Text> (дата звернення: 23.05.2022).
3. Адабашев Т.К. До питання класифікації платіжних систем, що функціонують в Україні. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. Серія «Економічна теорія та право». 2013. №2. С. 145.
4. Стратегія розвитку фінансового сектору України до 2025 року. URL: <https://bank.gov.ua/ua/about/develop-strategy> (дата звернення: 23.05.2022).

Ходжабаєв Ш.

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти

Ролінський О.В.

к.е.н., доцент

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Власюк С.А.

к.е.н., доцент

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Уманський НУС

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФІНАНСОВОЇ СТАБІЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ

Фінансові системи відіграють важливу роль для споживачів – як юридичних, так і фізичних осіб – оскільки вони з'єднують сучасні прагнення з економічними успіхами майбутнього. Історично фінансові системи

розвиваються через банківську індустрію через природу фіатних грошей. У цьому контексті забезпечення безпечної та надійної діяльності банків відповідає суспільним інтересам. Зрештою, банки керують заощадженнями, пропонують важливі послуги з переказу коштів та сплати зобов'язань, а також надають підприємницьким структурам можливість реалізувати свої економічні плани через кредит. Банківські органи сприяють цьому, визначаючи нормативно-правову базу, яка заохочує інновації, одночасно відстежуючи, щоб банки працювали відповідно до встановлених керівних принципів управління.

Функція фінансової стабільності здійснює моніторинг та аналіз надійності та стабільності системи фінансових послуг і в цьому процесі визначає осередки вразливості, які можуть підвищити ризики та знизити рівень стійкості системи. Ці ризики оцінюються з точки зору того, наскільки вони поширюються на фінансовий сектор, стаючи таким чином системним ризиком і, можливо, на реальну економіку. Моніторинг фінансової стабільності вимагає розуміння як традиційних, так і фінансових ринків, що розвиваються, співвідносяться один з одним і як вони пов'язані з економічними умовами [1].

Фінансова стабільність є основою підвищення стійкості фінансової системи в цілому та її складових від змін. Це досягається шляхом управління системними ризиками, які можуть вплинути на фінансову систему, щоб фінанси продовжували залишатися цінною пропозицією для споживачів у звичайні часи, залишаючись стійкими, коли виникають певні несправності.

Одними із індикаторів, за допомогою яких оцінюють ефективність фінансової стабільності банківської системи є принципи (рис. 1).

Загальні принципи стратегії забезпечення фінансової стабільності

- Принцип адаптивності та мобільності
- Принцип стратегічності та цілеспрямованості
- Принцип ієрархічності
- Принцип раціональності та економічного ефекту
- Принцип системності
- Принцип комплексності та взаємної узгодженості управління
- Принцип фінансової стійкості
- Принцип конкурентостійкості
- Принцип партисипативності та соціальної орієнтованості
- Принцип каузальності
- Принцип збалансованості
- Принцип інноваційності та розвитку
- Принцип довіри

Спеціальні принципи стратегії забезпечення фінансової стабільності

- Принцип завчасної обачності
- Принцип збалансованості прибутковості
- Принцип суспільної відповідальності
- Принцип економічної відповідальності
- Принцип надлишковості

Рис. 1. Принципи реалізації стратегії забезпечення фінансової стабільності банків [2]

Забезпечення моніторингу фінансової стабільності банківської системи ймовірно лише за умови комплексного, системного, стратегічного і оперативного державного регулювання та саморегулювання банківської діяльності, що забезпечить мінімізацію збитків та виконання комплексу дій щодо забезпечення надійності банку за рахунок дотримання інтересів різних груп клієнтів, насамперед, у частині своєчасного проведення розрахунків за їх дорученнями та отримання готівкових грошових коштів з їх власних рахунків [3].

Удосконаленню фінансової стабільності банківської системи сприятиме розробка адаптивного механізму до визначених основних принципів, перелік яких мінливий, що надає можливість спрогнозувати наслідки впливу як зовнішніх, так і внутрішніх фінансових впливів на банківську систему України.

Отже, фінансова стабільність банківської системи – це стан, коли потенційні системні ризики пом'якшуються, щоб дозволити споживачам фінансів, як фізичним, так і юридичним особам, переслідувати життєздатні економічні цілі, уникаючи збоїв у безперебійному функціонуванні самої фінансової системи, які можуть негативно вплинути на решту економіки.

Список використаних джерел

1. Bukhtiarova A., Semenog A., Razinkova M., Nebaba N. and Antoni Haber J. (2020). Assessment of financial monitoring efficiency in the banking system of Ukraine. *Banks and Bank Systems*, 15(1), 98-106.
2. Коваленко В. В., Радова Н.В. Моніторинг фінансової стабільності банківської системи України / *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. Вип. 2 (19). С. 321-330.
3. Ключко Л.А. Антикризовий банківський менеджмент як інструмент управління економічною безпекою кредитних установ / *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ*. 2009. №2. URL : https://www.lvduvs.edu.ua/documents_pdf/visnyky/nvse/02_2009/09klabku.pdf

Шевчук О.І., студентка
Державний податковий університет

ДЕРЖАВНИЙ ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛЬ В КОНТЕКСТІ ПОСИЛЕННЯ ДІЄВОСТІ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Фінансова політика є важливою складовою частиною економічної політики держави. Головним і першочерговим завданням державної фінансової політики в Україні є збільшення фінансових ресурсів на основі зростання базових чинників формування ВВП. В умовах сьогодення особливого значення набуває контроль за використанням державних фінансових ресурсів, адже система фінансового контролю є двигуном якісних змін у всій економіці України.

Державний фінансовий контроль - комплекс цілеспрямованих заходів органів, їх підрозділів чи службових осіб, які здійснюють державний фінансовий контроль у межах повноважень, встановлених законодавством України, з метою упередження, виявлення та припинення фінансових правопорушень на підконтрольному об'єкті щодо його фінансово-господарської діяльності, а також забезпечення законності, фінансової дисципліни та ефективності формування і витрачання коштів, відшкодування збитків та встановлення міри відповідальності у разі порушення фінансового та бюджетного законодавства [1].

В Україні державний фінансовий контроль характеризується станом незавершеності. Зростання обсягів фінансових правопорушень в Україні внаслідок несформованої інституціональної моделі фінансової політики, прогалин у забезпеченні процесу нагляду та використання застарілих форм контролю унеможливають здатність держави до ефективного забезпечення фінансової політики і призводить до зниження ефективності контрольних функцій державних органів. Проте, в останні роки можна помітити позитивні зрушення в даному напрямку, державна статистика показує, що контролюючі органи працюють над розв'язанням цього питання.

Згідно зі звітом, у січні-червні 2020–2021 рр. органами Держаудитслужби під час проведення ревізій і перевірок контролем було охоплено в середньому майже 237,4 млрд грн фінансових та матеріальних ресурсів, у січні-червні 2021 р. під час ревізій та перевірок досліджено використання понад 209,1 млрд грн (рис. 1).

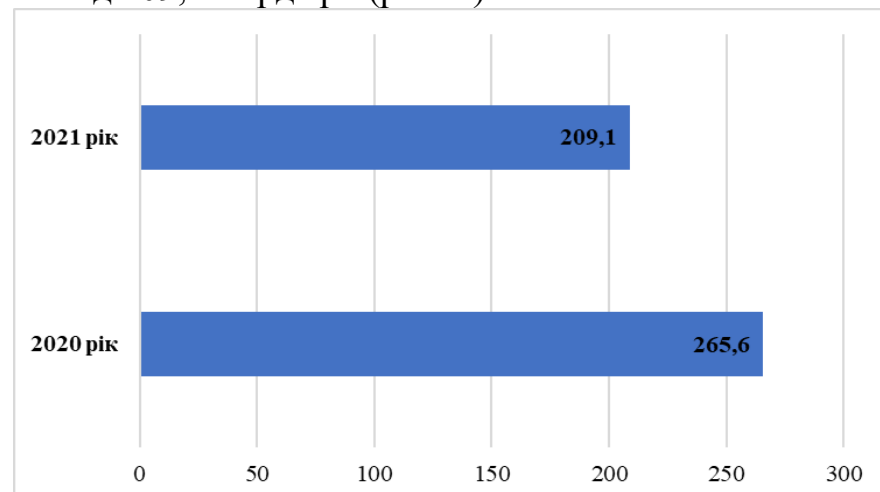


Рис. 1. Обсяги охоплених контролем фінансових та матеріальних ресурсів у 2020-2021 рр., млрд грн

Джерело: складено на основі [2]

У звіті за 2021 рік зазначено: «Загалом за результатами ревізій та перевірок у звітному періоді виявлено втрат фінансових і матеріальних ресурсів на суму понад 14,7 млрд гривень. Зокрема, внаслідок неправомірних дій окремих керівників, реалізації товарів, робіт та послуг за заниженою вартістю, безоплатного надання в оренду природних і матеріальних ресурсів тощо бюджетами усіх рівнів, бюджетними установами та організаціями, підприємствами всіх форм власності втрачена можливість отримати належні

їм доходи на суму понад 5,8 млрд грн, у тому числі бюджетами різних рівнів – більш як 3,8 млрд гривень. На більш як 1,1 тис. підприємств, установ і організацій встановлено понад 8,9 млрд грн незаконних і не за цільовим призначенням проведених витрат та недостач матеріальних і фінансових ресурсів, у тому числі 4,9 млрд грн – за операціями з бюджетними коштами» [3]. Співвідношення зазначених порушень наведено на рис. 2.

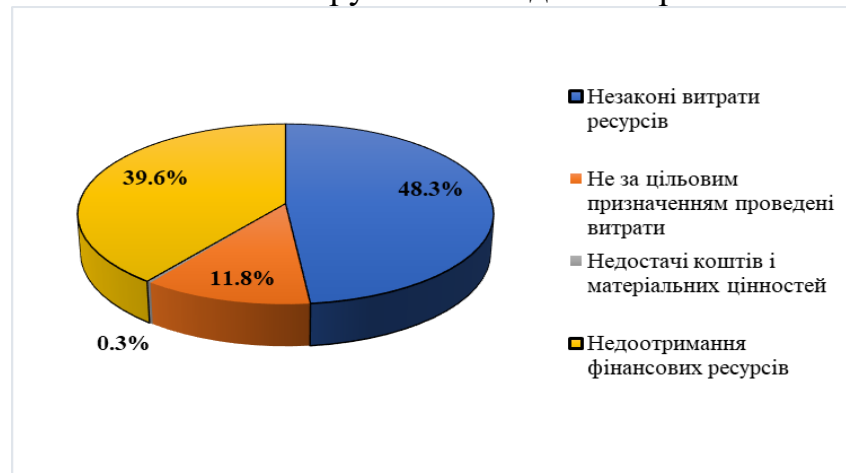


Рис.2. Структура порушень, що призвели до втрат ресурсів, виявлених органами Держаудит служби за січень-грудень 2021 року
Джерело: складено на основі [3]

Можна зробити висновок, що однією з важливих адміністративних функцій держави є функція державного фінансового контролю, завдяки вдосконаленню якої країна може ефективно використовувати державні кошти для задоволення фінансово-економічних потреб громадян та підвищення авторитету країни перед світовою спільнотою. Саме тому пріоритетним завданням має стати модернізація, використання інновацій, забезпечення чіткого, безперебійного функціонування кожного органу управління, кожної посадової особи, апарату державного управління в цілому на основі дотримання законодавства.

Список використаних джерел

1. Державний фінансовий контроль. *Вікіпедія*: веб-сайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/> (дата звернення: 12.05.2022)..
2. Звіт про результати діяльності Державної аудиторської служби України, її міжрегіональних територіальних органів за 2020 рік. URL: <https://dasu.gov.ua/attachments/> (дата звернення: 16.05.2022)..
3. Звіт про результати діяльності Державної аудиторської служби України, її міжрегіональних територіальних органів за 2021 рік. URL: <https://dasu.gov.ua/attachments/> (дата звернення: 16.05.2022)..

Шелудько С.А.

к.е.н., доцент

провідний фахівець Департаменту оцінки та заставних операцій
ПАТ Акціонерний банк «Південний»

ТЕЗАВРАЦІЯ БАНКІВСЬКИХ МЕТАЛІВ В УКРАЇНІ В ЕПОХУ ЕКЗИСТЕНЦІЙНИХ ПОТРЯСІНЬ

Упродовж століть дорогоцінні метали уособлювали для рядового обивателя форму та зміст грошей як найбажанішого економічного блага для приватного володіння. Цьому сприяли такі ознаки цих металів як легка розпізнаваність, виконання функцій засобу обміну та засобу нагромадження, визначальна роль у внутрішній та міжнародній торгівлі. І хоча вже більш як півстоліття золото втратило роль інструменту внутрішнього і міжнародного грошового обігу – перестало бути власне монетарним, – ті самі властивості, що в далекому минулому зробили шляхетні метали грошима, сьогодні дають підстави вважати їх найвигіднішим засобом як інвестицій, так і заощаджень.

Дослідженням науково-теоретичних і методично-організаційних аспектів функціонування ринку банківських металів і діяльності банків на ньому присвячено публікації В. Василенка, М. Диби, І. Гонока, Є. Ерфана, В. Коваленко, В. Міщенка, В. Михайловського, Н. Резнікової, Ю. Руснака, Л. Рябініної, Н. Сачук, Л. Чиж і багатьох інших вітчизняних науковців. Утім, досі не набуло всебічного висвітлення та методологічного вирішення проблема оцінки обсягів запасів банківських металів, що знаходяться поза банківською системою, а відтак – приховують в собі резерви фактичної ліквідності національної економіки та її внутрішнього інвестиційного потенціалу.

Процес виведення дорогоцінних (з точки зору високої вартості на одиницю виміру) і високоякісних (тобто, таких, що володіють практично абсолютною ліквідністю, яка зберігається майже вічно) активів з економічного обігу в економічній теорії отримав назву тезаврації. Іншими словами, тезаврація – це акумуляція та зберігання матеріальних благ за межами ощадних установ. Тому метою цього процесу завжди є збереження важкодоступних ресурсів на майбутнє. Якщо такими ресурсами виступають гроші або близькі до них активи (в першу чергу, банківські метали), це свідчить про наявність обґрунтованих або панічних сумнівів щодо стабільного надходження таких благ у майбутньому. З цього випливає, що тезаврація є одним з основних індикаторів недовіри населення до банківської системи та уряду.

Українське законодавство до банківських металів зараховує золото, срібло, платину, метали платинової групи, що афіновані до найвищих проб відповідно до світових стандартів. Такими пробами є: для золота – 999,5, для срібла – 999,0, для платини та паладію – 999,5. За формами банківські метали

можуть брати участь в операціях у вигляді злитків, монет і порошків [1, с. 44].

Відповідно до концепції оприлюднення фінансової звітності українських банків і публікації статистичних матеріалів Національним банком України, можна отримати уявлення про обсяги наявних (тобто, присутніх у фізичній формі) у касах банківських металів, що становлять позицію активної частини зведеного балансу системи, а також простежити динаміку перетину цими активами державного кордону відповідно до операцій банків-резидентів (рис. 1).

Аналізуючи представлені на рис. 1 тенденції, можна дійти висновків про те, що запаси металів у касах банків у 2016–2021 рр. були відносно стабільними й знаходилися в межах 10-15 млн. дол. США. Проте, менше ніж за 6 місяців від початку глобальної пандемії коронавірусу в 2020 р. цей показник помітно підвищився, що можна пояснити сплеском надмірної ліквідності в банківській системі через унеможливлення розміщення залучених коштів у традиційні джерела зростання капіталу – кредити корпоративного сектору.

Відповідний тренд помічаємо й у значному (в 3–5 разів) поживавленні ввезення банками цих металів до України – лише в III кв. 2020 р. було ввезено металів на суму 35 млн. дол. США, що в 1,5 рази перевищує тогочасні запаси цих металів у касах. Поступово такий «імпорт» скорочувався, проте досяг нового максимуму наприкінці 2021 р. на фоні негативних прогнозів щодо збройної агресії проти України – тоді було ввезено банківських металів на суму більш, ніж 40 млн. дол. США, в той час як у банках їх знаходилося вдвічі менше.

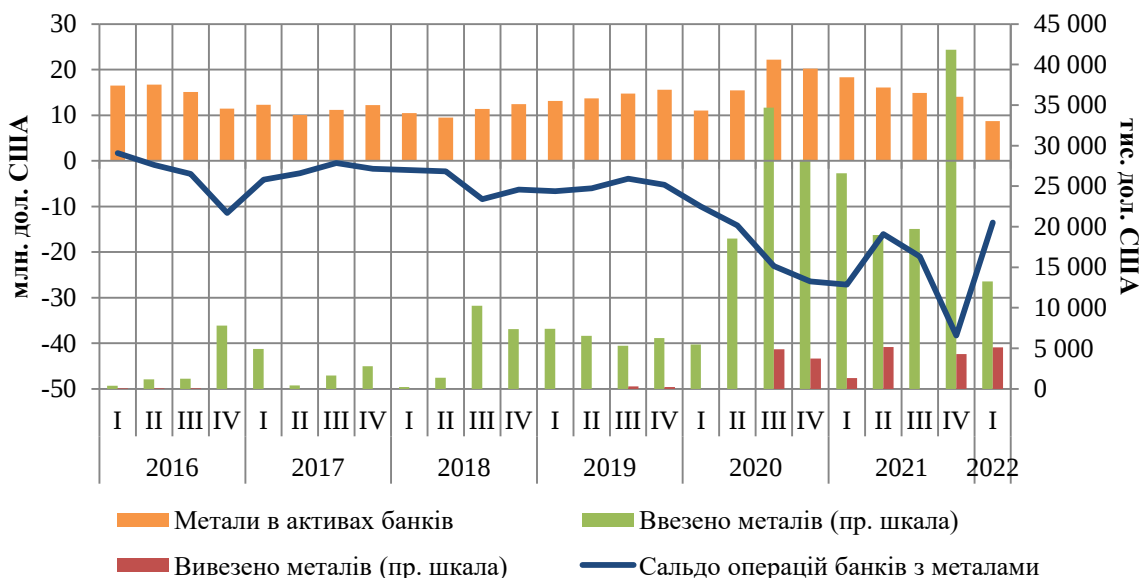


Рис. 1. Динаміка запасів банківських металів і операцій банків України з ними в 2016 – I кв. 2022 рр. [2]

Динаміка сальдо операцій з банківськими металами доводить, що українські банки переважно продають їх клієнтам, причому пік продажів (II кв. 2020 – IV кв. 2021 рр.) припадав саме на період негативних очікувань щодо майбутнього економіки та державності. Цілком правомірним є припущення, що більшість з викуплених злитків і монет надалі зберігалася в приватних запасах або сховищах без обов’язку декларування вмісту вкладу (депозитарних комірках). Нескладний підрахунок показує, що наразі обсяги тезаврації банківських металів в Україні складають близько 250 млн. дол. США.

Список використаних джерел

1. Коваленко В.В., Сергєєва О.С., Шелудько С.А. Ринок банківських металів: проблеми та перспективи розвитку: монографія. Х.: Діса-плюс, 2022. 216 с.
2. Статистика зовнішнього сектору. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-external>.

СЕКЦІЯ 2. ІННОВАЦІЙНА ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ГЛОБАЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Беляк І.О.

студент факультету міжнародної економіки
Одеський національний економічний університет

ПРИМОРСЬКІ АГЛОМЕРАЦІЇ УКРАЇНИ ЯК СУБ'ЄКТИ МІЖНАРОДНИХ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ВІДНОСИН

Залучення іноземних інвестицій в місцеву економіку є надважливим завданням як на регіональному, так і на всеукраїнському рівні, оскільки вони активно сприяють господарській трансформації, всебічному інфраструктурному та технологічному розвитку агломерації та окремих її громад. Враховуючи важливість інвестиційних процесів для забезпечення економічного зростання, моніторинг стану їх інвестиційної привабливості та постійна підтримка й посилення цієї характеристики мають проводитися на рівні територіальних об'єднань на постійній основі, задля подальшого розвитку громад і всієї країни.

Глобальна статистика свідчить, що 8 з 10 найбільших агломерацій світу належать до приморських за типом [1]. Проте у вітчизняних урбаністичних реаліях характерним є гуртування населення довкола внутрішніх (континентальних) територій, і тому серед найбільших українських агломерацій приморською є лише одна – Одеська. Крім названої, виразними прикладами є Миколаївська, Маріупольська, Херсонська, Ізмаїльська та Бердянська агломерації. Варто зазначити, що всі вони утворилися довкола значних морських (або річково-морських) портів, і тому саме зовнішня торгівля, разом із водним транспортом і рибним господарством складають провідні галузі їх економічного комплексу. Окрім Ізмаїльської, всі аналізовані агломерації відносяться до виразно моноцентричних – населення їх центрів становить 50 % або більше від загальної чисельності мешканців [2]. Найбільш централізованою в цьому відношенні є Маріупольська агломерація, до складу якої, до того ж, не входить жодного іншого населеного пункту зі статусом міста крім, власне, Маріуполя. Найбільшою за площею є Миколаївська агломерація, що можна пояснити нетиповим (для приморських утворень) розташуванням центру – вглибині гирла р. Південний Буг, – що зумовило тяжіння заселення не лише узбережжя, а й внутрішніх степових районів.

Розглянемо актуальні тенденції участі в міжнародних інвестиційних відносинах приморських агломерацій на прикладі Одеської, що є одним з найбільших надміських (або субрегіональних) об'єднань у країні – як за просторово-демографічними, так і за економічними показниками. Особливістю формування територіального утворення можна назвати

поєднання такого традиційного для приморських об'єднань чинника, як торговельний порт, з унікальними природними передумовами для розвитку сільського господарства. Виходячи з базового вимірювача розмірів міських агломерацій (кількості населення), вона посідає 5 місце в Україні та входить до шостої сотні у світовому масштабі [1].

Перша системна спроба закладення інституційних засад залучення інвестицій в економіку агломерації була здійснена ще в 2011 р. – вперше в Україні саме для Одеської агломерації було розроблено та офіційно затверджено окремий «Стратегічний план підвищення конкурентоспроможності та економічного розвитку». Відповідно до нього, агломерація розглядається як «відкритий для інвестицій центр Півдня України, ключовий елемент транспортної інфраструктури Чорноморського басейну; регіон динамічного, інноваційного, агропромислового розвитку, пріоритетом якого є ефективна взаємодія, партнерство громад задля спільного процвітання; територія з високим рівнем якості людських ресурсів та потенціалом для розвитку туризму» [3].

Оскільки на момент проведення дослідження вичерпних відомостей щодо розмірів інвестування до всіх громад агломерації у відкритому доступі не було, оцінимо динаміку прямих іноземних інвестицій у найбільші з них (табл. 1). Дані свідчать, що провідне місце в формуванні інвестиційного профілю регіону належить Одесі – щороку на місто припадало близько 40 центів з 1 долара інвестицій у акціонерний капітал. Хоча починаючи з 2018 р. частка Одеси в обсягах залучених до обласного господарського комплексу закордонних коштів поступово скорочується, ця тенденція не несе виключно негативний характер, а навпаки – є свідченням інвестиційної диверсифікації регіону. Оцінюючі доступну інформацію щодо масштабів інвестування в інші великі міста Одеської агломерації, зазначимо, що лише м. Южне зберігає відносно стабільний рівень капіталовкладень.

Таблиця 1

**Динаміка прямих іноземних інвестицій у найбільші міські громади
Одеської агломерації в 2012 – 2021 рр., млн. дол.**

Територіальна одиниця	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Одеська область	1 423,3	1 320,3	1 228,8	1 203,3	1 202,6	1 329,6	1 116,7	1 188,3
м. Одеса	605,7	547,0	533,6	531,0	468,4	551,9	457,9	430,5
% від області	42,6	41,4	43,4	44,1	38,9	41,5	41,0	36,2
м. Чорноморськ	264,7	260,2	166,9	162,5	158,9	н/д	н/д	н/д
м. Южне	93,4	93,6	93,7	93,6	93,6	н/д	н/д	н/д
м. Біляївка	н/д	1,6	0,6	0,5	0,5	н/д	н/д	н/д

Джерело: складено автором на підставі [2].

Головними чинниками міжнародної інвестиційної привабливості приморських агломерації України, на наш погляд, є: доступ до морських природних ресурсів, туристично-рекреаційний потенціал, ефективна митна діяльність, транспортна диверсифікація, імміграційна привабливість,

мультикультурність. Саме їх активізація надасть таким агломераціям високу інвестиційну привабливість.

Список використаних джерел

1. Brinkhoff T. Major Agglomerations of the World – Population Statistics in Maps and Charts for Cities, Agglomerations and Administrative Divisions of all Countries of the World. URL: <https://www.citypopulation.de/en/world/agglomerations/>.
2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Стратегічний план підвищення конкурентоспроможності та економічного розвитку Одеської агломерації (субрегіону): затверджено рішенням Одеської обласної ради від 26.08.2011 №215-VI. Офіційний веб-сайт Одеської обласної ради. URL: <https://oblrada.od.gov.ua/wp-content/uploads/215-VI.pdf>.

Гузар Б.С.

к.е.н., доцент,

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Уманський НУС

ІННОВАЦІЙНО - ІНВЕСТИЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ

Забезпечення ефективного і конкурентоспроможного розвитку галузі сільськогосподарського виробництва та збереження сталої динаміки на засадах ринкових відносин і інноваційної моделі прибуткової діяльності потребує залучення інвестицій. Останніми роками, попри складну фінансово-економічну ситуацію, вітчизняний аграрний сектор залишається одним із найбільш привабливих напрямів вкладання капіталу.

Інноваційно-інвестиційний розвиток виробництва продукції сільського господарства формується під впливом багатьох об'єктивно заданих для даної країни факторів, включаючи її розміри, наявність природних ресурсів, географічне положення, особливості історичного розвитку галузі та форм підприємницької діяльності. Ці фактори виступають довгостроковими детермінантами швидкості напряму еволюції інноваційної активності. Тому для інноваційно-інвестиційного розвитку виробництва продукції аграрної галузі слід мати необхідні фінансові ресурси та запас знань у сферах, які є основою зростання.

Саме тому особливої уваги заслуговує дослідження інноваційно-інвестиційних процесів, які є рушійною силою розвитку аграрних підприємств, визначають їх стратегічне майбутнє.

Нові технології докорінно і швидко змінили та спонукали до піднесення рівня розвитку провідних вітчизняних сільськогосподарських підприємств.

Теоретичним та практичним аспектам інноваційно-інвестиційної

діяльності присвячені праці відомих зарубіжних і вітчизняних вчених: О. Амоші, І. Ансофф, Дж. М. Кейнса, М. Портера, Й. Шумпетера, І. Бланк, А. Гайдучького, А. Стельмащука, О. Савчука, А. Соломатіна, С. Терещенка, В. Чупіса та ін.

Метою дослідження є аналіз сучасної науково-технічної та інвестиційної політики, що включає найбільш ефективні організаційно-економічні напрями освоєння інновацій, інвестицій та подальшого нарощування науково-технічного потенціалу в аграрній галузі країни.

Інвестиційна привабливість галузі визначається рівнем науково-технічного потенціалу і впровадженням науково-дослідних розробок.

Проте, сучасні тенденції та проблемні аспекти функціонування економіки України, зокрема її аграрної складової, потребують розроблення нових підходів до ідентифікації напрямів та шляхів реалізації ресурсного й економічного потенціалу аграрного сектора, формування інституційного забезпечення його сталого розвитку.

Тому слід відмітити, що для агропромислового виробника як суб'єкта господарювання найважливішою метою впровадження інновацій є підвищення економічної ефективності його функціонування.

Збільшення припливу інноваційних інвестицій є пріоритетним у стимулюванні розвитку аграрного сектора. Саме вони є рушійним фактором розвитку та чинником значних за обсягами фінансових ресурсів, які не можуть надати кредитні інституції.

Державна політика, використовуючи свої важелі впливу, сприяє здійсненню інвестиційної політики, яка спрямована на забезпечення позитивного інвестиційного іміджу країни.

При цьому урахування особливостей галузі дозволить підвищити ефективність розроблення інноваційних стратегій розвитку підприємств, сформувавши моделі їхнього інноваційного розвитку, ефективно управляти інноваційними процесами.

Важливим джерелом для проведення успішної інноваційної діяльності в сільському господарстві та виробництва інноваційних продуктів є капітальні інвестиції.

В умовах ринкової економіки сталий розвиток вітчизняної агросфери можливо буде забезпечити лише за рахунок використання нових високопродуктивних і посухостійких сортів сільськогосподарських культур, нових порід тварин і птиці; стимулювання розвитку альтернативного органічного агровиробництва, застосування інноваційних технологій і сучасних технічних засобів, що вимагає залучення значних капітальних інвестицій в аграрну галузь.

У загальному обсязі освоєних капітальних інвестицій в Україні частка інвестицій у сільське господарство за останні роки значно скоротилась і в 2019 році становила 9,4 відсотка, у 2020 році 10,0 відсотка, що в порівнянні з 2018 роком скоротилась відповідно на 6,3 і 5,8 відсотка.

Основним джерелом фінансування капітальних інвестицій залишаються

власні кошти підприємств та організацій, за рахунок яких освоєно в середньому за три останніх роки в межах 70% загального обсягу.

Важливо відмітити, що у загальному обсязі прямих іноземних інвестицій їх частка в сільське господарство, де Україна пропонує важливі інвестиційні проекти становила у 2019 році 1,7 відсотка, у 2020 році 1,5 відсотка прямих іноземних інвестицій. Це ще раз підтверджує, що більшість іноземних інвесторів не ризикують вкладати кошти в економіку України, так як умовами залучення прямих іноземних інвестицій в Україну є політична, економічна та фінансова стабільність, інвестиційні гарантії, вдосконалення законодавчих актів з регулювання інвестиційної діяльності та покращення інвестиційного клімату.

В умовах України, де ринкові умови господарювання змінюються дуже швидко, фінансова стійкість підприємств надто низька, а законодавча база постійно підлягає змінам, необхідне забезпечення гнучкого підходу до формування інвестиційної стратегії та стратегічних напрямів інноваційно-інвестиційного розвитку аграрної галузі.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 3 лютого 2004 р. № 1407- IV.1.

2. Закон України «Про інвестиційну діяльність» № 1560-XII від 18.09.1991р.

3. Буряк А.В. Інвестиційно-інноваційне прискорення розвитку аграрних підприємств : монографія. К. : ННЦ ІАЕ, 2011. 204 с.

4. Лісевич Н.А. Вплив інноваційних процесів на підвищення інвестиційної привабливості сільського господарства Хмельниччини. Збірник IV Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні питання економічних наук» (м. Запоріжжя, 9-10 червня 2017 р.). Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2017. С.62-65.

5. Про схвалення Концепції Державної цільової програми розвитку аграрного сектору економіки на період до 2022 року: розпорядження Кабінету Міністрів України від від 30 грудня 2015 року № 1437-р. URL <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1437-2015-%D1%80#Text/>

6. Проект Стратегії сталого розвитку України на період до 2030 року. URL. http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JH6YF00A.html.

Зайцев О.В.

здобувач вищої освіти

Науковий керівник: Котковський В.С.

в.о. завідувача кафедри соціально-політичних та економічних дисциплін,
д. е. н. доцент, Криворізький факультет Національного університету
«Одеська юридична академія»

ВІЙСЬКОВІ ОБЛІГАЦІЇ: ПОРЯДОК ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗМІЩЕННЯ В УКРАЇНІ

З початком повномасштабної агресії російської федерації, економіка України потрапила в скрутне положення. На плечі Міністерства фінансів України лягли дуже важливі повноваження. Міністерство одночасно повинно проводити закупки зброї, набоїв, техніки, їжі та медикаментів і одночасно продовжити підтримувати функціонування соціальних структур. Задля пошуку коштів Міністерство фінансів України почало розміщувати військові облігації.

У широкому розумінні, військова облігація – це інвестиційний інструмент підтримки державного бюджету, доступний для громадян, бізнесу та іноземних інвесторів. Кошти від облігацій, залучені до Державного бюджету України, використовуються на безперервне забезпечення фінансових потреб держави в умовах воєнного стану – соціальні та оборонні [1]. Військові облігації дещо суттєво відрізняються від державних облігацій. Державні облігації випускають з метою фінансування бюджету України. Але повернемося до порядку та особливостях розміщення військових облігацій.

Первинним емітентом, тобто особою, яка від свого імені розміщує цінні папери і зобов'язується виконувати обов'язки, що впливають з умов їх випуску, є держава. Скориставшись правом емісії, Україна бере на себе зобов'язання з надання прав, закріплених випущеними цінними паперами, їхнім власникам.

Відповідно до постанови Кабінету Міністрів України «Про випуск облігацій внутрішньої державної позики «Військові облігації» [2], номінальна вартість однієї облігації – 1000 грн.; купонний період – один рік; ставка доходу – 11 відсотків річних; строк обігу – до 30 років. Військові облігації доступні до придбання у гривні, доларах США та євро.

Військові облігації «розповсюджуються шляхом первинного розміщення та дорозміщення. Шляхом первинного розміщення розповсюджуються нові облігації, які за умовами випуску та обсягом прав, що надаються їх власникам, ще не були в обігу. Шляхом дорозміщення розповсюджуються облігації, які відповідають умовам випуску облігацій, що вже перебувають в обігу» [3]. Від початку дії воєнного стану Міністерство фінансів України провів уже 6 аукціонів. На аукціоні 05.04.2021 р. до державного бюджету вдалось залучити понад 5,5 млрд. грн. [3].

Гривневі короткострокові облігації зі строком погашення до року продаються на умовах дисконтування номінальної вартості облігації. Тобто інвестор купує військову облігацію номіналом 1000 грн. за меншою ціною, що і є дисконтом. При настанні часу погашення інвестор отримає номінальну вартість придбаних ним облігацій. Дохід інвестора у такому разі становитиме різниця між номіналом облігації і фактичною ціною її придбання.

Розміщуючи здебільшого короткострокові військові облігації, уряд у такий спосіб намагається створити максимально привабливі умови для залучення якомога ширшого кола приватних осіб. З точки зору психології недосвідчених інвесторів відносно нетривалий строк позики сприймається ознака її безпечності, що робить початківців більш сміливими [4].

Окрім досить простої процедури придбання військових облігацій у період воєнного стану, держава пропонує інвесторам пристойні правові та фінансові умови [3]:

- ----гарантованість державою;
- ----дохід фізичних осіб від інвестування в державні облігації не оподатковується;
- ----дохідність військових облігацій;
- ----ліквідність.

Отже, військові облігації – це цільові державні боргові цінні папери, призначені для запозичень на ринку з метою фінансування потреб Збройних сил України та держави в умовах війни. Виплати за таким облігаціями на 100% гарантуються державою та обслуговуються Міністерством фінансів України.

Таким чином, купуючи військові облігації, фізичні та юридичні особи допомагають зміцнити фінансовий фронт України. Кошти від облігацій використовуються для безперебійного забезпечення фінансових потреб держави в умовах воєнного стану – соціальних та оборонних. Це важливо для того, щоб і надалі чинити опір повномасштабній збройній агресії росії, а також підтримувати громадян України. Міністерство фінансів України вчасно і в повному обсязі виконує власні зобов'язання.

Список використаних джерел.

1. Міністерство фінансів України: Офіційний сайт. URL: https://mof.gov.ua/uk/local_bonds_issued_during_the_war_time-572 (дата звернення: 21.05.2022).

2. Про випуск облігацій внутрішньої державної позики «Військові облігації»: постанова Кабінету Міністрів України від 25.02.2022 р. №156. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/view/KP220156?an=1> (дата звернення: 23.05.2022).

3. Ізвеков В. Військові облігації – можливість кожному підтримати країну. *Юридична газета online*. 2022. 11 квіт. URL: <https://yur-gazeta.com/dumka-eksperta/viyskovi-obligaciyi--mozhlivist-kozhnomu-pidtrimati-krayinu.html> (дата звернення: 23.05.2022).

4. Чорний О. Все, що треба знати про військові облигації: переваги, ризики та допомога у війні. Delo.ua. Офіційний сайт. URL: <https://delo.ua/uk/finance/vse-shho-treba-znati-pro-viiskovi-obligaciyi-perevagi-riziki-ta-dopomoga-u-viini-395657> (дата звернення: 23.05.2022).

Іжевський П.Г.

д.е.н., доцент

професор кафедри менеджменту, фінансів,
банківської справи та страхування

Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова

ІНВЕСТИВАННЯ В РИНОК ЖИТЛОВОЇ НЕРУХОМОСТІ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ: РЕАЛЬНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Від часу повномасштабного вторгнення росії на територію України суттєво сповільнилася бізнес-активність громадян, що спричинило призупинення діяльності в сфері купівлі та продажу нерухомості, а відповідно – зупинку в ній інвестиційних процесів. Формування ситуації навколо ринку житлової нерухомості в Україні стало пов'язане з фактором безпеки. Відтак, значна частина українських громадян з метою власної безпеки залишили своє житло з перших днів війни, щоб уберегти власне життя від загрози.

Чисельність біженців із зони військових дій в сусідні країни склала понад 5 млн. осіб та внутрішньо переселених осіб ще близько 7 млн. осіб [1; 2]. Водночас, для уникнення спекуляцій та шахрайських схем Мініюст України обмежив доступ до реєстру речових прав на майно, що унеможливило бажаючих інвестувати в житлову нерухомість у порівняно «безпечних» регіонах країни.

Пристосування економіки до «рейок» військового часу після другого місяця повномасштабної війни зумовило підвищення ділової активності населення та потребу відновлення ринку нерухомості, що стало причиною надання доступу державними органами влади до реєстру нерухомості та можливості здійснення операцій купівлі-продажу житла в умовах високих ризиків та загроз.

Дія безпекового фактору сьогодні впливає на рівень цін «квадратних метрів» у містах, що знаходяться на значній віддалі від бойових дій. За даними майданчика ЛУН, нерухомість у безпечних регіонах вже подорожчала на 13% порівняно з початком війни, а в найближчий період прогнозне зростання вартості житла складе 60-70% [3].

Схильність українців до зберігання своїх доходів у готівці не виправдовує такі дії з позиції фінансів домогосподарств. Зокрема, акцентуючи увагу на курсі інфляції, який у березні склав 104,5% та відхилився від нормативних значень на 5%, а також на економічній ситуації з

блокуванням експортних можливостей України, що призводить до зростання курсу гривня/долар на 20% (із збереженням негативних тенденцій у майбутньому), визначає інвестування у нерухомість на Заході України перспективним напрямком. Додатковим аргументом виступає збільшення чисельності мешканців зазначених регіонів попри відновлення будівництва новобудов на 5-7%, що спровокує дефіцит житлової нерухомості та зростання прибутку інвесторів [3].

З іншого боку, прогнозувати ситуацію на первинному ринку житлової нерухомості досить складно, що залежатиме від тривалості бойових дій та руйнувань, які зазнає Україна. Відсутність бажаючих ризикувати, інвестуючи в нерухомість в умовах війни, та їх ідентифікація як громадян, котрі виїхали за кордон та вивели свої кошти, призвела до вичікування стабілізації ситуації в країні та на ринку. На противагу, більшість внутрішньо переселених осіб, які потребують житла та готові інвестувати, перебуваючи на Заході держави, на віддалі від бойових дій, не володіють достатнім фінансовим ресурсом.

Відновлення ринку нерухомості та інвестиційного попиту на ньому залежатиме від фінансування, яким зможуть забезпечити державні програми та донорські кошти міжнародних фінансових інституцій та дружніх держав. Зауважимо, попит на житло також зростатиме після завершення бойових дій за рахунок громадян які втратили житло, але формуватиметься відповідно до величини обсягів наданих коштів міжнародних партнерів держави, а не економічно постраждалих від війни українців. Втрати джерел доходів через порушення бізнес-логістичних зв'язків та втрати позицій національною економікою негативно впливатимуть на платоспроможний попит на житлову нерухомість до моменту відновлення платоспроможності більшості громадян. Інвестування житла може відновитися лише тоді, коли інвестори матимуть стабільний і регулярний дохід у майбутньому.

Для підтримки національної економіки та її структурної перебудови важливе значення має відновлення будівництва житла у безпечних регіонах. Для цього з боку держави мають бути забезпечені умови для запуску іпотечних програм, що фінансуватимуться з різних джерел. В перспективі вони дадуть можливості громадянам отримати дешеві гривневі кредити під 3-5%, держава буде в змозі відшкодовувати такі відсотки, а банки зможуть займатися кредитуванням ринку нерухомості для його повноцінної роботи. Водночас, зміниться структура ринку житлової нерухомості за рахунок переформатування попиту з однокімнатних на дво- та трикімнатні квартири із переорієнтацією цілей інвестування з інвестиційно-комерційних на задоволення власних потреб у житлі.

Остаточного спрогнозувати повернення інвестицій у галузь житлового будівництва можна буде лише після ознак відбудови національної економіки та запуску державних програм із відновлення житла, що потребуватиме тривалого часу.

Список використаних джерел

1. Р. Мельник Ринок нерухомості під час війни: нові реалії, виклики та відродження. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/05/11/686917/>
2. Відновлення ринку нерухомості в умовах війни: підводні камені та нові ціни. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/vidnovlennya-rinku-neruhomosti-v-umovah-viyni-v-ukrajini-pidvodni-kameni-ta-novi-cini-novini-ukrajina-11819505.html>
3. В. Пасайлюк Вартість нерухомості стрімко летить вгору: чого очікувати на ринку житла URL: <https://mi100.info/2022/05/26/vartist-neruhomosti-strimko-letyt-vgoru-chogo-ochikuvaty-na-rynku-zhytla/>

Коваль Д. В
Студентка 2 курсу
ФМС -21
ВННІЕ ЗУНУ

ОСНОВНІ ФАКТОРИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КАПІТАЛЬНИХ ВКЛАДЕНЬ

Актуальність обраної теми полягає в тому, що на даному етапі, коли різноманітні, кризові, економічні процеси та їх взаємозв'язки між вітчизняними підприємствами, фінансовими установами країни, ефективні інвестиції на зовнішньому та внутрішньому ринках суттєвою проблемою є ефективне інвестування капіталу для його збільшення. Отже, розглянемо фактори, які впливають на результативність вкладів.

На капітальні інвестиції, та їх ефективність впливає велика різноманітність організаційно-економічних факторів. Висока ефективність інвестицій виробництва багато в чому пояснюється прогресивним характером його факторної технології та відтворювальної структури. На рентабельність капітальних вкладень прямопропорційно впливають витрати на створення або оновлення активної частини основних фондів підприємства. Це вимагає уважного розгляду відсотку капітальних витрат на придбання виробничо-технічного обладнання за кожним інвестиційним проектом (варіантом) діючого чи незавершеного підприємства. Дії з оптимізації повторюваних структур для капіталовкладень мають бути особливо агресивними та цілеспрямованими. Фактичне виконання таких дій передбачає вирішення двох основних завдань: 1) Збільшити відносну інвестиційну відшкодування (простий екземпляр) суми витрат на машини та обладнання в загальній сумі накопичених амортизаційних (ремонтних) коштів; 2) Встановити розумну частку чистих капітальних вкладень, розширити відтворення основних фондів у різних формах, та формують необхідні виробничі потужності підприємства.

Мабуть, найбільшою можливістю підвищення ефективності капітальних вкладень є організація сучасних проектно-кошторисних робіт, що забезпечує високу економічну ефективність при прийнятті проектних рішень. Проекти,

що розробляються для розширення та реконструкції існуючих та будівництва нових виробничих потужностей, повинні: використовувати новітні технології та техніко-організаційні рішення, будівельні матеріали та конструкції, просторове розташування будівель (споруд); підтверджується та приймається розрахунок питомих капітальних вкладень у порівнянні з іншими подібними об'єктами попереднього періоду, визначається фактична кошторисна вартість всього обсягу робіт з відтворення основного засобу у належному вигляді. Рідко використовуваним резервом підвищення ефективності є значне скорочення тривалості всіх фаз інвестиційного циклу – від планування до розвитку введених в експлуатацію виробничих потужностей та соціальної інфраструктури. За даними аналізу фактичного стану підприємств багатьох галузей економіки України, тривалість відбудови (розширення) існуючих і нових виробничих потужностей у середньому більш ніж вдвічі перевищує існуючий норматив. Додам, що зараз Україна перебуває в певному періоді інвестиційного циклу в Україні, норматив тривалості цих етапів значно вищий, ніж у багатьох країнах з розвиненою ринковою економікою. Техніко-технічні та організаційні заходи, що вживаються для підвищення прибутку на грошову одиницю, вкладену в капітал, не можуть забезпечити досягнення бажаних результатів, якщо не супроводжуватися ефективним економічним методом управління всім інвестиційним процесом. Необхідно підкреслити: ці методи мають бути частиною загального устрою ринкових відносин, що реалізуються між усіма економічними суб'єктами; методи визначення необхідної суми та оцінки економічної доцільності капітальних вкладень, функції прогнозування. Враховуючи фактичну тривалість інвестиційного процесу у виробничі об'єкти, необхідно покращити стимули до виробничо-ємних інвестицій.

Найважливіший важіль для більш ефективного формування та використання фінансових інвестицій вважається: розвиток українського фондового ринку, розміри якого визначаються достатньо сильними ринково-економічними параметрами. Дотримання загальноприйнятих принципів функціонування ринків, таких як: 1) правопорядок (створення законодавчої системи для забезпечення функціонування фондового ринку); 2) прозорість; 3) контрольованість (формування надійних механізмів обліку та запобіжних заходів для уникнення зловживання на ринку цінних); 4) соціальна справедливість (створення рівних можливостей для інвесторів на ринках цінних паперів, дотримання прав і свобод учасників ринку); 5) ефективність (зростання найбільших перспектив фондового ринку для організації та поділу інвестицій).

Поліпшення національної організації за ринком цінних паперів має передбачати такі організаційні заходи: 1) уточнення функцій системи нагляду за ринком цінних паперів та адаптація до умов навколишнього середовища розвинених ринків; 2) обов'язкове розкриття всіх необхідних даних про ринок цінних паперів 3) фінансові посередники 4) Законодавча база гарантує, що власники окремих видів цінних паперів мають повні права. Удосконалити

систему сертифікації випуску цінних паперів різних типів і кількостей, зосередившись на: детальному кількісному аналізі випуску та розміщення різних видів цінних паперів; виявленні цілого комплексу недоліків в українській системі випуску цінних паперів; розвиток інших суб'єктів господарювання та їх економічна ефективність діяльності. Більш широке залучення стратегічних інвесторів до придбання цінних паперів високорентабельних і ліквідних компаній передбачає послідовне виконання таких організаційно-економічних заходів: по-перше, орієнтована на час аналітична оцінка виробничо-господарської діяльності всіх приватизованих підприємств і організацій; Потенційно ефективні компанії з достатньо високою прибутковістю та ліквідністю активів, по-друге, активний пошук потенційних інвесторів за допомогою можливих засобів та надання їм можливості придбати акції чи інші випущені цінні папери ефективних суб'єктів господарювання. Разом з тим, для прискорення процесу реалізації випущених цінних паперів та досягнення цілей, які ставить перед собою емітент, необхідно стимулювати інвесторів. Надання додаткових послуг у цій сфері через професійні установи, фінансові установи та інвестиційні підприємства з метою максимального підвищення ролі посередників у випуску та обігу цінних паперів також суттєво підвищить ефективність формування та використання корпоративних (організаційних) фінансових інвестицій.

Збільшення контролю за інвестиційними зобов'язаннями, особливо умов торгів з продажу об'єктів державної власності, може бути досягнуто: по-перше, санкціонуванням порушень узгоджених умов і форм інвестування в цілі приватизації, по-друге, неефективного розвитку та фактичного використання. Економічний механізм приватизації (націоналізації) акцій приватизованих суб'єктів господарювання. Необхідною умовою результативного функціонування фондового ринку є безперервна підготовка та перепідготовка кадрів, що спеціалізуються на формуванні та здійсненні фінансових інвестицій, при використанні різноманітних цінних паперів. Досягнення цієї важливої мети можливе шляхом розширення мережі закладів спеціальної освіти на належному рівні, впровадження існуючих навчальних центрів, підготовки високоспеціалізованих фахівців за всіма необхідними спеціальностями та спеціальностями.

Для більш ефективного залучення фінансових інвестицій в українську економіку слід розглянути важливий організаційно-економічний важіль оптимізації кількості різноманітних видів цінних паперів, що купуються вітчизняними та іноземними інвесторами. Методологічна основа, розроблена вченими для оптимізації портфелів учасників фондового ринку (ринків цінних паперів), полягає в тому, що потенційні інвестори: 1) розглядають кожну інвестицію як імовірний розподіл прогнозованого доходу протягом усього терміну дії цінних паперів; і 2) намагаються отримати від них максимум користі 3) Оцінити можливі ризики інвестиційного портфеля з урахуванням мінливості очікуваних доходів 4) На основі максимізації

очікуваних доходів та мінімізації можливих ризиків прийняти остаточне рішення про тип і кількість цінних паперів для придбання.

Підсумуємо, тільки комплексне використання цих організаційно-економічних важелів може забезпечити максимально можливу ефективність формування та здійснення фінансових інвестицій у всіх суб'єктах господарювання в Україні. Тому на мою думку всі учасники ринку цінних паперів повинні вживати комплексно конкретні заходи, як організаційні, так і економічні.

Список використаних джерел

1. Покропивний С.Ф. та інш. Економіка підприємства URL: <https://studbase.com/books/15/106> С. 106–109 (дата звернення: 02.06.2022).

Лукашук М. В

аспірант,

Університет банківської справи

МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ ІННОВАЦІЙ В ЕКОНОМІЦІ

Інноваційний розвиток є вирішальною передумовою забезпечення економічного зростання підприємств та економіки країни загалом. Сьогодні в Україні обмеженість фінансового забезпечення інноваційного розвитку підприємств, у тому числі й оновлення їх технологій та матеріально-технічної бази, є однією з основних проблем впровадження інновацій. Рушійною силою для активізації інноваційного розвитку підприємств може стати використання банківського кредитування. Тому питання активізації та розширення можливостей банківського кредитування інноваційного розвитку підприємств в загальній системі фінансового забезпечення їх інноваційних перетворень, набувають сьогодні особливої актуальності.

Впровадження інновацій для розвитку підприємств сприяє генеруванню додаткових конкурентних переваг, підвищенню конкурентоспроможності, нарощенню прибутків. Сьогодні в Україні, на жаль, спостерігається гальмування інноваційного розвитку підприємств: протягом останніх років зменшується кількість суб'єктів, які впроваджують інновації, а також кількість видів інноваційної продукції, не дивлячись на те що така продукція користується вищим попитом. Одним з ключових стримуючих впровадження інновацій для підприємств є відсутність фінансування. Частка фінансування інновацій за рахунок банківських кредитів за 2019 рік становила лише 8,1%.

Основними гальмівними факторами у розвитку банківського кредитування інновацій зі сторони споживачів є висока вартість кредитних ресурсів, а зі сторони банків – обмежений обсяг довгострокових кредитних ресурсів. Банківський сектор України на сьогодні не є повністю фінансово спроможними генерувати достатній обсяг кредитного забезпечення і

відповідним чином обслуговувати інноваційний процес в Україні, а також не готовий брати на себе такі ризики [1, с.185].

Банкіри зазначають, що стримувати кредитування інновацій у найближчій перспективі можуть споживчі настрої підприємств та населення, які залежать від стану економіки і стабільності курсу національної валюти.

Для банків найважливішим фактором при кредитуванні інноваційного розвитку є контрольованість ризиків та їх допустимість. Рівень ризику збільшується через: недосконалість нормативно-правової бази щодо питань ризиків; раптовість виникнення негативних впливів; відсутність виконання дій або комплексу заходів, направлених на уникнення ризиків, нівелювання їх негативних проявів; відсутність досвіду розв'язання нових завдань [2].

Кредитний ризик є ймовірністю отримання збитків через неповернення позичальником кредитних коштів, а також через несвоєчасне повернення боргових зобов'язань. Кількісно ступінь ризику банківського кредитування демонструється рівнем кредитних відсотків, тобто зростання ризиків супроводжується збільшенням кредитної ставки. Таким чином, відсоткова ставка є індикатором кредитного ризику.

Діагностика банківського кредитування інноваційного розвитку підприємств дозволяє виокремити наступні ключові проблеми його активізації та нарощення: повільні темпи інноваційних перетворень реального сектору економіки; наявність дисбалансу у темпах розвитку фінансового та реального секторів національної економіки; несприятливий інвестиційний клімат; правова, політична та економічна нестабільність; незахищеність прав кредиторів; низька ефективність бізнесу; відсутність належної інфраструктури інноваційного ринку, ринку землі та нерухомості тощо [3 с.15].

Деякі гальмуючі чинники активізації банківського кредитування є й у самій банківській системі: недостатній рівень капіталізації; обмеженість інвестиційного кредитування короткостроковою ресурсною базою; висока вартість депозитних ресурсів; відносно низька дохідність інвестиційних кредитів та підвищена ризикованість; складність оцінки платоспроможності позичальника та кредитних ризиків інноваційних проектів; відсутність у більшості банків ефективних механізмів та інструментів управління ризиками, планування та стратегії розвитку; низький рівень банківського менеджменту і корпоративного управління тощо [1, с.187].

Одним із важелів активізації та розширення обсягів банківського кредитування інноваційного розвитку підприємств може стати загальнодержавна стратегія державно-приватного партнерства (ДПП) в науково-інноваційній діяльності. Розробка такої стратегії ДПП повинна перш за все розроблятися у напрямі побудови національної інноваційної системи на основі співпраці державного та приватного секторів. У рамках ДПП повинні бути розроблені форми співпраці у кожній з підсистем національної інноваційної системи. З огляду на це необхідно розбудовувати не лише коопераційні зв'язки у кожній з підсистем, але і між ними загалом.

Ще одним шляхом активізації кредитування інновацій може стати використання багатокомпонентної ієрархічної моделі банківського кредитування інновацій, яка має передбачати створення спеціалізованого банку інноваційного розвитку та впровадження нових нетрадиційних методів та інструментів кредитування.

Список використаних джерел

1. Абрамова А.С., Марич М.Г., Попова Л.В. Кредитне забезпечення інноваційного розвитку економіки банківськими установами в Україні // Проблеми і перспективи економіки і управління. – 2019 - № 2 (18). – С. 181-189.
2. Управління ризиками банків: монографія у 2 томах. Т.1.: Управління ризиками базових банківських операцій / А.О. Єпіфанов, Т.А. Васильєва, С.М. Козьменко та ін. / за ред. А.О. Єпіфанова і Т.А. Васильєвої. Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2012. 283с.
3. Гудзь О. Є. Банківське кредитування інноваційного розвитку підприємств: можливості та ризики / О. Є. Гудзь // Економіка. Менеджмент. Бізнес. – 2019. – № 1. – С. 12-19.

Мельник К.М.

к.е.н, доцент,

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,

Костянко С.А.,

магістр

Уманський НУС

ІНОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ НА РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Нині складно уявити функціонування будь-якого ринку без інноваційних технологій. Ринок банківських послуг не став винятком. Банківські інновації дають можливість підвищити рівень конкурентоспроможності банку, спростити та пришвидшити обслуговування клієнтів, полегшити роботу персоналу, покращити стан банківської системи в цілому. У зв'язку з цим важливим є дослідження спектру банківських послуг, пов'язаних з інноваційними процесами та технологіями на фінансовому ринку, що в подальшому будуть застосовуватись і в банках України.

Поняття «інновації» сучасна економічна наука трактує як «кінцевий результат інноваційної діяльності, що знайшов втілення у вигляді нового або вдосконаленого продукту, впровадженого на ринку». Л.П. Бондаренко, М.П. Політило підходять до розуміння сутності банківських інновацій як життєво необхідних, що забезпечують ефективне функціонування банку і його конкурентоздатність [1]. С.В. Кузьмінов, Ю.А. Задоя вважають, що до банківських інновацій слідє віднести будь-які зміни, що призводять до

поліпшення обслуговування клієнтів та підвищення ефективності діяльності банків [2]. Не зважаючи на різне трактування поняття «банківська інновація», важливим є те, що саме інновації сприяють розвитку банківської сфери сприяють нарощенню капіталу всередині країни, що дає можливість активного розвитку.

Новітні інноваційні технології, які певний час були характерними лише для зарубіжних банків, сьогодні активно запроваджуються суб'єктами вітчизняної банківської системи. Так, останнім часом розвивається мобільний банкінг і широко використовуються технології Інтернет-банкінгу, які забезпечують дистанційне користування банківськими сервісами через веббраузер і є найбільш комфортними та прогресивними.

Нині в Україні найбільш інноваційними банками є «ПриватБанк», «Райффайзен банк Аваль», «АльфаБанк», «ОТП Банк» та ін. Вони вже більше десятиріччя виділяються поміж інших банків наданням інноваційних продуктів, в тому числі таких як SMS-банкінг та Інтернет-банкінг. Лідируючі позиції на разі займає АТ «Приватбанк», який уперше в історії українського банківського ринку став фіналістом одного із самих престижних світових банківських рейтингів Retail Banker International Awards, причому однією із номінацій була «Краща інновація в платежах». «Приватбанк» – найбільший український банк, який входить до топ-10 провідних банків Центральної та Східної Європи. Він також є одним з найбільш інноваційних банків світу. До останніх інновацій згаданого банку, які отримали визнання по всьому світі, належать наступні продукти: платіжний міні-термінал, вхід в Інтернет-банкінг через QR-код, онлайн-інкасація, оцифровані платіжні картки, а також десятки різноманітних мобільних додатків.

Також ПриватБанк розпочав один з наймасштабніших проєктів, з метою мінімізувати залежність від фізичної присутності комп'ютерного обладнання, розташованого в різних регіонах України, яке могло бути знищено під час війни. У результаті усі основні застосунки ПриватБанку було успішно перенесено у хмарне сховище, щоб забезпечити доступ клієнтів до фінансових послуг у будь-який момент [3].

ПриватБанк показав Tap to Phone. Це продукт-відповідь тому, що підприємці з 2022 року мають максимально виходити в «білу». Третя група ФОПів повинна подумати про РРО та заміну терміналу, який незручний і трудомісткий. На думку генерального менеджера SupplierPlus Олексія Аніпера, слід очікувати не тільки Tap to Phone, але й мікс на Android технології Tap to Phone та РРО. Це неминучий шлях еволюції [4].

Посиленню інноваційної спрямованості в діяльності банків сприятиме реалізація спільних ініціатив НБУ та Міністерства цифрової трансформації щодо цифровізації банківської системи України. На думку голови НБУ К. Шевченка, цифрові рішення, застосовувані банками, дадуть змогу спростити доступ до фінансових послуг та забезпечать більшу комфортність в їх користуванні [5].

Міністерством цифрової трансформації запущена послуга передачі (шерингу) електронних паспортів із використанням додатку «Дія», що дає змогу споживачам дистанційно відкривати банківські рахунки. За даними на жовтень 2020 р., першими банками, які почали використовувати шеринг, стали «ПриватБанк», «Монобанк», «А-Банк»; ще тридцять банків виявили готовність до такої форми співпраці з клієнтами.

Інновації сприяють розвитку банківської системи, дозволяють полегшити процес нарощування нової клієнтської бази, особливо молодого покоління, яке легко вбирає в себе новітні технології, збільшувати продуктивність праці, ефективно управляти ресурсами банків, поліпшувати фінансові результати діяльності, що в кінцевому підсумку позитивно впливає на рівень конкурентоспроможності банків та гарантує їх стале функціонування. Для все більшого нарощення конкурентних переваг українським банкам необхідно більше використовувати Інтернет-технології, оновлювати свої системи до рівня зарубіжних країн і більшою мірою задовольняти потреби своїх клієнтів. При цьому, важливо зосереджувати особливу увагу на кібербезпеці. Перехід від «класичних» форм діяльності до інноваційних значною мірою залежить від інноваційної свідомості топ-менеджменту та всього персоналу банку, готовності та бажання самих банків змінюватися й адаптуватися відповідно до потреб своїх клієнтів.

Список використаних джерел

1. Бондаренко Л.П., Політило М.П. Банківські інновації як необхідність ефективного функціонування банківського ринку. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 3. С. 5–8.
2. Кузьмінов С.В., Задоя Ю.А. Інновації у банківській діяльності: сутність та класифікація. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2018. № 1. С. 64–70
3. Фінансова безпека понад усе. ПриватБанк завершив міграцію у «хмару». URL: <https://privatbank.ua/news/2022/4/29/1637> (дата звернення: 25.05.2022).
4. Банкіри розкрили основні новації 2022 року. URL: <https://finclub.net/ua/news/bankiry-ta-nbu-rozkryly-osnovni-novatsii-2022-roku.html>(дата звернення: 27.05.2022).
5. НБУ та Мінцифри спільно працюють над цифровізацією банківської системи України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/nbu-ta-mintsifrispilno-pratsyuyut-nad-tsifrovizatsiyeyu-bankivskoyisistemi-ukrayini> (дата звернення: 27.05.2022).

Павловська Ю.В.,
аспірант, Маріупольський державний університет

ФЕНОМЕН НЕЛІНІЙНОСТІ ІННОВАЦІЙ ТА ЙОГО ФІЛОСОФСЬКИЙ СЕНС

Сучасна епоха є критичною в загальному процесі переходу до істотно іншого типу цивілізаційного розвитку людства. Фундаментальною відповіддю на зміни може бути формування нового інноваційного образу мислення, а не просто адаптація до цих змін, такого, що відповідає запитам світу, що безперервно змінюється. Цивілізаційний процес розглядається насамперед не як монолінійний, а як поліцентричний нелінійний розвиток культурно-історичних форм інновації. Саме на підставі нелінійного, плюралістичного тлумачення напрямів розвитку людства виникає нове фундаментальне поняття – феномен нелінійності інноваційного менеджменту [2, С.33-45].

«Нелінійність інновацій» у сучасному науковому дискурсі пов'язана насамперед зі становленням постнекласичної наукової раціональності. Термін «постнекласична раціональність» був запропонований В. Стюпіним, який розрізняв класичний, некласичний і постнекласичний типи раціональності [3, 48-51].

Останнім часом місце і повсюдність нелінійних «дивних циклів» інновацій в комп'ютерному програмуванні частково призвели до успіху книги «Гедель, Ешер, Бах» Дугласа Хофштадтера, в якій описано, як формальні правила дозволяють системам, складеним з розрізнених елементів, набувати сенсу.

У цих тезових матеріалах ми досліджуємо взаємозв'язок між лінійністю і поясненням інноваційного менеджменту. Зокрема, ми стверджуємо, що в той час як позачасові явища, а також тимчасові, але лінійно організовані явища можна пояснити за допомогою дедуктивно-номологічної моделі, феномени з історією і, зокрема, інновації, можуть бути краще пояснені герменевтично, оскільки вони організовані нелінійно.

На нашу думку, зв'язок між лінійністю і поясненням застарів. Так, в «Критиці телеологічного судження» Кант робить висновок, що організми не демонструють «нічого аналогічного будь-якого причинно-наслідкового зв'язку, відомого нам», вони демонструють «особливий вид причинності». Звичайно, для Канта єдина «відома нам» причинність - це механічна причинність, згідно з якою тільки зовнішня по відношенню до тіла сила може викликати його зміни. Ця механістична причинність, є зовнішньою і випадковою, тому що «існування певних речей або навіть тільки певних форм речей можливо тільки за допомогою чогось іншого в якості їх причини»[1, С 21-27]. Але дерево, наприклад, «здається то як наслідок, то як причина, безперервно породжується самим собою і аналогічним чином породжує себе, воно зберігає себе в загальному вигляді». Саме цей тип

причинності, коли фізична мета є як причиною, так і наслідком самої себе, правильно називається кінцевою.

«Пояснення» етимологічно має на увазі поширення на плоску поверхню чогось заплутаного. Так само «експлікація» - це концептуальне розгортання того, що складно, так що його справжня природа стала прихованою. Обидва терміни припускають, що поширення та розгортання можуть одночасно оголити експланандум. А це, у свою чергу, передбачає, що експланандум статичний або, принаймні не історичний в своїх основних деталях, так що він може бути відображений в законі, який завжди застосовується в деталях. Імплікативний зв'язок між передумовами для інновації та висновком інновації в дедуктивному аргументі пояснює те, що дедукція просто «розкриває» то, що вже повністю присутнє в передумовах, хоча і приховано від очей. Тому не дивно, що стандартна теорія пояснення є дедуктивно-номологічною: пояснення - це питання розкриття явища інновації як приклад загального паттерна подій, тобто подія пояснюється, коли її виникнення може бути логічно виведено із закону покриття разом з твердженнями початкових умов. Отже, сама можливість узагальнення в закон покриття має на увазі фундаментальну закономірність, яка заперечує будь-яку реальну зміну, тобто будь-яку історію [3, С. 27 - 35].

На нашу думку, завдання сучасної науки - настільки об'єктивізувати досвід інноваційного менеджменту, щоб він більше не містив ніяких історичних елементів. Науковий експеримент робить це за допомогою своїх методологічних процедур, які гарантують, завдяки об'єктивності їх підходу, що ці базові дослідження можуть бути повторені ким завгодно. Визначено, що в науці не може бути місця історичності досвіду. Таким чином, сучасна наука просто втілює в своїй методології те, до чого завжди прагнув досвід. Досвід втілення інновацій діє тільки в тому випадку, якщо він підтверджений. Отже, його гідність залежить від його фундаментальної повторюваності. Але це означає, що досвід по своїй природі скасовує його історію [3, С.18 - 20].

Можливо, ми пройшли повне коло, і, як і в випадку з класичною механікою, дедуктивно-номологічна модель пояснення інновацій тепер може бути зрозуміла як ідеалізована межа пояснення, досить хороша, щоб впоратися з поясненнями, що не мають «історії».

Список використаних джерел

1. Кириченко М. О. Нелінійні метаморфози розвитку інформаційного соціуму в умовах глобальної біфуркації / М.О. Кириченко // Вісник Харківського національного університету імені Каразіна. Серія “Філософія. Філософські перипетії.” - Харків, 2017. – Випуск 56.
2. Іванюк В.А., Федорчук В.А. Адаптивний метод ідентифікації моделей нелінійних динамічних систем інтегральними рядами Вольтерри. Електронне моделювання, 2019. Т. 41, № 3.
3. Гуменюк А. М. Нелінійність як концептуальна ідея сучасної філософії освіти. Актуальні проблеми філософії та соціології. Київ. 2015. (5).

Славіта Ю. В.,
здобувачка вищої освіти першого (бакалаврського) рівня,
Юридичний факультет
Національного авіаційного університету
Науковий керівник: Устинова І. П.,
доцент кафедри конституційного та адміністративного права, кандидат
юридичних наук, доцент:

МІЖНАРОДНА ФІНАНСОВА ДОПОМОГА УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНОСТЬ

Через збройну агресію країни-окупанта Україна зазнає непоправних втрат найціннішого - людей, а також значних збитків економіки.

Одним із інструментів протидії агресора є міжнародна фінансова допомога Україні, яка направлена на захист так і на відбудову України в майбутньому. Україна продовжує чинити опір російській агресії, в тому числі економічно. Це можливо не лише завдяки спільній роботі всіх гілок влади, бізнесу та громадян України, а й завдяки активній позиції міжнародної спільноти.

Європейський інвестиційний банк надає 2 мільярди євро допомоги, з яких 668 мільйонів євро – це негайна фінансова допомога, яку вже може отримати український уряд. Решту грошей банк витрачає на інфраструктурні проекти. Банк також розробляє програми підтримки тих країн, які прийняли українців.

МВФ надав 1,4 мільярда доларів у програмі негайної фінансової допомоги, щоб допомогти Україні подолати негайні виклики, викликані війною. Фонд також допоможе Молдові та іншим європейським сусідам України.

Світовий банк виділив 925 мільярдів доларів на підтримку фінансової стабільності, з яких більше третини вже надійшло на потреби українського уряду. Загалом Україна отримає 3 мільярди доларів допомоги від Світового банку в найближчі місяці. Світовий банк також створив Мультидонорський трастовий фонд (MDTF) – один із найшвидших та найбезпечніших способів передачі донорських активів Україні. Також банк розробляє програми допомоги сусідам України.

Це величезна підтримка для нашої країни, яка дозволяє нам протистояти агресору і включає в себе можливості для відновлення економіки після війни. Ми глибоко вдячні всім партнерам України, які допомагають нам у цей непростий час", - зазначили в Комітеті з економіки. Водночас не менш важливо сьогодні серйозно задуматися про майбутнє нашої країни і відповідно публічно підкреслити бачення уряду етапів відбудови України, довгострокових шляхів її розвитку та гармонізації з курсом європейської інтеграції. Це потребує формування чіткої концепції відбудови України та відновлення вітчизняної економіки та розробки

стратегічного плану реалізації такої концепції. При підготовці таких документів слід враховувати найкращі історичні моделі планів розвитку економіки в повоєнний період, розробляти дослідження з трансформації економіки від сировинної до високотехнологічної із залученням широкого кола провідних вітчизняних та міжнародних експертів, громадськості, діячі, вчені та політики.[2]

За підсумками засідання Кабінету Міністрів України 9 квітня п.р. Прем'єр-міністр України Денис Шмигаль повідомив, що Уряд подав на розгляд Президента України проект указу про створення Фонду відновлення України як консультативно-дорадчого органу при Президентові України, що буде забезпечувати координацію накопичення фінансових ресурсів для післявоєнного відновлення нашої держави.

У рамках зазначеного Фонду передбачається створення 5 робочих груп, які відповідатимуть за різні напрямки, - від комунікації з міжнародними фінансовими організаціями, комунікації з країнами-партнерами до збору коштів від приватних осіб та великих світових корпорацій і компаній. Поряд з тим, Уряд подав на розгляд Главі держави проект указу про створення Національної ради з відновлення країни, яка займатиметься розробкою Плану післявоєнного відновлення та розвитку України. Зазначено, що такий План передбачатиме не лише конкретні кроки з відновлення та розбудови інфраструктури й житла, але й структурну модернізацію та перезапуск економіки на основі європейських стандартів і правил.[1]

При цьому Прем'єр-міністр України наголосив, що «Україна прагне в ЄС. Україна має бути військово та економічно сильною. Українська соціальна політика має відповідати найкращим світовим стандартам. Українська економіка має бути новітньою та конкурентоздатною. Українці мають повертатися додому із закордону – тому що тут кращі умови для життя. Такі основні цілі ми ставимо для України після завершення війни».

Слід також звернути увагу, що починаючи з березня п.р. в інтернет-виданнях з'явилося чимало публікацій з нарисами на цю тему, включаючи аналіз світового досвіду відновлення країн у післявоєнний період.

Наприклад, групою незалежних міжнародних та місцевих експертів поділилася своїми поглядами на процес відновлення України опубліковано на сайті «Економічна правда», відкривши унікальну можливість модернізувати країну та забезпечити її майбутнє. Автори цього дослідження кажуть, що це ґрунтується на досвіді післявоєнного відновлення (план Маршалла, возз'єднання Німеччини, відбудова Іраку, Афганістану) та досвіді відновлення після стихійних лих, але більш конкретні заходи з відновлення можна вжити, якщо буде більше інформації, доступні про війну. Заслужовують на увагу основні принципи міжнародної допомоги для відбудови України, які розглядаються в цьому дослідженні.

Україна рухається до вступу до Євросоюзу (тобто в рамках програми Україна має відбудовувати свої інституції та інфраструктуру таким чином, щоб стати повноправним членом ЄС);

Список використаних джерел

1. Допомога міжнародних фінансових установ надзвичайно важлива для України - зазначають у Комітеті з питань економічного розвитку: URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18> (дата звернення: 25.04.2022).

2. Ключові принципи міжнародної допомоги для відбудови. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/04/11/685537/> (дата звернення: 25.04.2022).

СЕКЦІЯ 3. ОБЛІК ТА ОПОДАТКУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ: ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ

Гавриленко Н. В.,

к.е.н., доцент

доцент кафедри Економіки, обліку та підприємництва

Андрущенко А. М.,

магістрант, 52-Емаг-21

Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова

м. Миколаїв

ОБЛІКОВА ДЕФІНІЦІЯ ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ

В Податковому кодексі України передбачено, що ПДВ – це непрямий податок, який нараховується та сплачується згідно з нормами п'ятого розділу Податкового кодексу[1]. Як бачимо, цей податок є непрямим і сплачується не товаровиробниками, а кінцевими споживачами товарів, робіт, послуг, які, в свою чергу, споживаються, використовуються на митній території України. ПДВ є частиною новоствореної вартості продукції. Проте, таке лаконічне визначення в повній мірі не розкриває економічний зміст досліджуваного поняття і, тим паче, взагалі не визначає сутність ПДВ в бухгалтерських цілях.

В наукових напрацюваннях вчених можна зустріти різні думки щодо змісту ПДВ та різні його трактування, але ж, звертає увагу на себе той факт, що вони в більшості випадків тотожні з визначеннями Податкового кодексу, чим і підтверджується економічний зміст цього податку.

Як вважає Науменко М. А., «ПДВ – це найбільш складна форма універсальних акцизів. Це наймолодший універсальний акциз, однак на сьогодні цей податок є дуже поширеним і справляється більше ніж у 135 державах світу. Платниками ПДВ, як і інших універсальних акцизів, є продавці товарів (послуг), які повинні збільшити ціну товару на суму податку, отримати від покупця гроші та перерахувати ПДВ до бюджету. Податок сплачується багаторазово на всіх етапах просування продукції до споживача, але об'єктом оподаткування є не обсяг продажу, а додана вартість[2, с. 10].

Проте, не завжди підприємства в системі облікових рахунків можуть відображати виникнення ПДВ. Це можна пояснити тим, що відбуваються розрахунки з різними СПД, одні з яких можуть бути платниками ПДВ, інші – ні.

Ми поділяємо думку вчених [3, с. 242], які вважають, що більш зрозумілою є назва «з доданої вартості», а не «на додану вартість». Вважаємо, що ця незначна редакційна правка допоможе краще засвоїти зміст ПДВ, оскільки дійсно, в Україні ПДВ на нараховується на додану вартість – він лише сплачується з неї.

Ми переконані, що облікова дефініція цього податку повинна обов'язково враховувати об'єкт бухгалтерського обліку, а саме – розрахунки СПД з ПДВ. Тому, враховуючи [4, с. 85; 5], вважатимемо, що ПДВ – це непрямий загальнодержавний податок, який є складовою ціни товарів та включає податкові зобов'язання щодо постачання товарів, податковий кредит щодо придбання товарів і розрахунки з бюджетом з ПДВ. Такий підхід доволі повно розкриває усі складові елементи ПДВ, які знаходять своє відображення в системі бухгалтерського обліку і, які здійснюють свій вплив на податкові розрахунки і формування показників звітності.

Проте, слід звернути увагу на те, що будь-яка операція, що підпадає під обкладення ПДВ завжди супроводжується формуванням електронних податкових накладних (надалі – ПН) та їх реєстрації в Єдиному реєстрі податкових накладних (надалі – ЄРПН) з урахуванням граничних термінів [6]. Проте, не завжди ПН в обумовлені терміни може бути доставлена потрібному контрагенту через систему електронного адміністрування, оскільки можуть отримати статус «заблокованих» за результатами перевірки. В знак підтвердження факту реєстрації ПН в ЄРПН, і навпаки – її неприйняття, є квитанція, яка надсилається упродовж операційного дня платникам ПДВ в електронному вигляді у текстовому форматі. Якщо протягом зазначеного терміну продавець не отримав квитанцію, така ПН вважається зареєстрованою в ЄРПН. Але ж, одночасно, відсутність факту реєстрації ПН в ЄРПН не звільняє продавця від зобов'язання включення суми ПДВ, зазначеної у ПН, до суми ПЗ за відповідний звітний період. ПН, отримані з ЄРПН, для покупця є підставою визначення ПК. Для того, щоб отримати ПН, яка зареєстрована в ЄРПН, покупець надсилає в електронному вигляді повідомлення про реєстрацію ПН і така ПН вважається зареєстрованою в ЄРПН та отриманою покупцем. В таблиці 1 наведено характеристику субрахунків, призначених для бухгалтерського обліку ПДВ.

Таблиця 1

Характеристика субрахунків, призначених для бухгалтерського обліку ПДВ

Назва Рахунку	Характеристика рахунку
6411 чи 6415 «Розрахунки з ПДВ»	Призначений для обліку ПДВ
6412 «Розрахунки з ПДВ в СЕА ПДВ»	Призначений для обліку суми ПДВ, перерахованої Держказначейством до бюджету
6413 «Розрахунки з ПДВ за операціями з бюджетного датування»	Для аналітичного обліку ПК і ПЗ з ПДВ за дотаційними операціями в сфері сільгосподарства
643 «ПЗ»	Для обліку суми ПДВ в результаті отримання авансів та передоплат з наступним відвантаженням
6431 «Підтверджене ПЗ з ПДВ»	Для обліку ПДВ за оподатковуваними операціями, при авансах та передоплатах, у разі реєстрації податкової накладної у ЄРПН
6432 «Непідтверджене ПЗ з ПДВ»	Для обліку ПДВ за оподатковуваними операціями, при авансах та передоплатах, у разі виникнення ПЗ за

	первинними документами або ж при блокуванні податкової накладної
6433 «ПЗ, що підлягає коригуванню»	Для відображення ПЗ на вартість придбання матеріальних цінностей, послуг, які будуть використовуватися в неоподатковуваних ПДВ операціях або в негосподарській діяльності
644 «ПК»	Для обліку суми ПДВ, отриманої в результаті операцій з придбання, на яку підприємство має право зменшити податкове зобов'язання
6441 «Підтверджений ПК з ПДВ»	Для обліку ПДВ за оподатковуваними операціями, при сплачених авансах та передоплатах, у разі отримання податкової накладної, зареєстрованої у ЄРПН
6412 «Непідтверджений ПК з ПДВ»	Для обліку вхідних ПДВ за оподатковуваними операціями, при сплачених авансах та передоплатах, у разі виникнення ПК за первинними документами, які не підтверджені ПН або ж при блокуванні податкової накладної

У зв'язку з можливістю застосовувати таку значну кількість рахунків відносно обліку розрахунків з ПДВ, деякі науковці [6] пропонують виключити облікові записи з використанням 643 та 644 субрахунків, що призведе до уникнення податкових розрахунків з ПДВ в результаті сплати або отримання авансів та передоплат. Це виключення дасть змогу запобігти численним записам по рахункам 643 та 644, які виникатимуть в зв'язку з обліком кожної часткової передоплати упродовж звітного місяця.

Список використаних джерел

1. Податковий кодекс України: Закон України від 2 грудня 2010 року № 2755 –VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>. (дата звернення: 22. 05.2022).
2. Науменко, М. А. Універсальні акцизи на сучасному етапі економічного розвитку: автореф. дис. ...канд. екон. наук: спец. 08.04.01 / Ірпінь, 2006. 19 с.
3. Синчак В. П. Еволюція наукової думки в оподаткуванні та її реалізація в податкових системах : монографія. Київ – Хмельницький : Вид-во ХУУП, 2006. 294 с.
4. Гавриленко Н. В. Податкова система. Львів.: Новий Світ – 2000, 2007. 328 с.
5. Гавриленко, Н. (2021). Актуалізація податкового потенціалу великих платників податків. *Економіка та суспільство*, (30). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-37>. (дата звернення : 22.05.22).
6. Дубінська О. О., Костюченко О. О. Проблеми і напрями вдосконалення розрахунків із податку на додану вартість на підприємствах України. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 24, Ч. 2. С. 5-8. URL: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/> (дата звернення: 22. 05.2022).

Крочак О.І.

к.е.н., доцент

доцент кафедри обліку і оподаткування

Уманський НУС

ЗАРОДЖЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Точної і однозначної відповіді на питання, коли народилася бухгалтерія відповіді не існує. Найчастіше вчені притримуються таких періодів:

- період, коли люди стали цілеспрямовано реєструвати факти господарського життя. Він припадає приблизно на 6000 років тому;
- 500 років назад, коли була опублікована праця Луки Пачолі «Трактат про рахунки і записи», а також почалося осмислення обліку;
- коли з'явилися перші теоретичні конструкції в області бухгалтерського обліку, а саме майже 100 років назад.

Перші паростки обліку приховані від нас назавжди. Ми не знаємо їх дізнатися, оскільки вони зникли декілька тисячоліть назад.

Та все ж можна прослідкувати історично вклад різних країн стародавнього світу у виникнення такої науки, як бухгалтерський облік.

Перші признаки виникнення специфічних облікових культур знайдено в долинах рік Нілу, Тигру та Євфрату. На територіях Древнього Єгипту, Месопотамії (Вавилону), Іудеї, Персії, Індії та Китаю почало розвиватись примітивне землеробство і скотарство. Саме про ці країни на сьогодні є історичні дослідження.

У Древньому Єгипті облікова культура та мистецтво досягли високого ступеня розвитку. Тут спеціальні писарі проводили облік майна фараонів. Вони проходили відповідну фахову підготовку у школах, якими керували жреці. Облік майна вівся на папірусі. Звітки часто сягали 4-5 м у довжину і 20-25 см - у ширину. Записи у них робили чорною та червоною тушшю. Їх будова була подібна до сучасних оборотних відомостей по матеріальних рахунках. Спочатку вказувався залишок на початок дня. Потім відображалось надходження і витрати. В кінці дня виводився залишок [1].

Основним обліковим прийомом на той час була інвентаризація. За її даними проводився матеріальний облік майна і обов'язково визначався його щоденний залишок. На той час на кожні 25 працівників потрібно було мати одного писаря, який займався обліком майна. Ця робота досить дорого оплачувалась. Ставка писаря прирівнювалась до ставки начальника.

Робота писаря перевірялась і контролювалась спеціальними комісіями. У випадках визнання щоденного звіту незадовільний, писаря карали різками. Документи складались у двох або часто і у трьох примірниках, а записи поділялись на чорнові та офіційні.

На той час облік вівся за певною системою, але він не використовував грошових вимірників. Записи велись лише у натуральних показниках.

Древній Вавилон був великим торговельним центром стародавнього світу і тому не міг не стати одним із центрів розвитку господарського обліку. У ньому виникла і вперше почала розвиватись банківська справа. В VIII ст. до нашої ери тут існував банк Ігібі (чи Егісбі). У ньому проводилися облікові процедури усіх банківських операцій по розрахунках з великою кількістю клієнтів.

Крім того у Вавилоні вперше виникло спеціальне облікове законодавство і перші облікові стандарти. У 1790-1752 рр. до н.е. було прийнято Закони Хаммурапі, які зобов'язували: самостійного проводити облік наявного майна купцями; дотримуватися державної системи рахівництва у храмах; без отримання боргової розписки заборонялося проводити видачу грошей.

Отже, облік у стародавніх цивілізаціях був необхідним для підтримання суспільних відносин в належному порядку.

Список використаних джерел

1. Остап'юк М.Я., Лучко М.Р., Даньків Й.Я. Історія бухгалтерського обліку: навч. посібн. К.: Знання. 2005. 276 с.

Mykhailovyna S. O.

candidate of Economic Sciences,
associate professor of the Department of accounting and taxation
Uman national university of horticulture

REGULATORY AND LEGAL ASPECTS ORGANIZATION OF ACCOUNTING FOR DEFENSE ASSETS

The modern transformation of the legislative framework has significantly changed the principles and conditions of functioning of enterprises. The key to the stability and profitability of the enterprise is financial stability, which is ensured by an uninterrupted and constant production process. The efficiency of an enterprise directly depends on the formation of current assets with justification of their size, composition and production features.

Current assets are an important element of the production process, which together with non-current assets and labor resources create prerequisites for the implementation of expanded reproduction in the industrial sector of the economy. Current assets are distinguished and grouped according to various criteria that have a diverse purpose and are a prerequisite for a successful organization of accounting, since it depends on the ability to manage current assets in a timely and correct manner, the ability to quickly analyze and forecast, the validity of management decisions, and ultimately a high-quality display of information about current assets in the company's financial statements.

The presence of a high-quality system for accumulating and displaying information from all accounting areas will allow you to easily and quickly adapt the work of an accountant to the requirements of regulatory legal acts, which often change.

Assessing the financial and property condition of an enterprise, you need information that can be obtained from financial statements that contain data, including on the current assets of the enterprise and are extremely useful and informative, because it characterizes the possibilities of creating cash flows in the future.

The organization of accounting for current assets is not only an internal economic issue of the enterprise, but also the correctness, completeness and timeliness of tax calculation. Therefore, when studying the issue of organizing accounting for current assets, you should first get acquainted with the regulatory legal acts that directly regulate accounting for current assets. It is also necessary to take into account the fact that the accounting methodology (national accounting standards) does not agree with financial legislation.

The law of Ukraine " on accounting and financial reporting in Ukraine " of 16.07.99 No. 996 [1], details and explains accounting. The current law defines the legal principles of implementation, regulation, Organization of accounting and formation of financial statements in Ukraine and applies to all legal entities, regardless of organizational and legal forms of ownership.

Without question, the function of regulating accounting is assigned to the Ministry of Finance of Ukraine, which is mainly carried out in accordance with the approved national accounting regulations (standards), of which 34 accounting regulations (standards) were approved during 1999-2019.

According to the National Ukrainian Accounting standards 1 "general requirements for financial statements" current assets - money and their equivalents that are not restricted in use, as well as other assets intended for sale or use during the operating cycle or within twelve months from the balance sheet date [2].

In international practice, the concept of "current assets" is absent. According to the International Accounting Standard 1 "submission financial statements" assets are divided into current and non-current.

Accounting regulation (standard) 9 "inventory", defines the methodological basis for the formation of accounting information on inventory and its disclosure in financial statements [3].

Thus, inventory is current tangible assets that are used in the process of production and circulation and are constantly at various stages of active transformation, starting from purchase and ending with their use at the enterprise or sale.

An important and essential fact is that the current assets of an enterprise are an important component of its property, which requires maximum attention to creating an effective and correct accounting system in terms of forming complete information about the availability, movement and use of current assets of the enterprise

Constant and significant changes in legal legislation require new effective approaches to solving issues of organizing accounting for current assets and reflecting information about them in the financial statements of the enterprise.

List of sources used:

1. The Verkhovna Rada of Ukraine (1999), The Law of Ukraine «About accounting and financial reporting in Ukraine», available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14> (Accessed 23 may 2022).

2. Ministry of Finance of Ukraine (2013), National Provision (standard) of accounting 1 «General requirements to financial statements», available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13> (Accessed 23 may 2022).

3. Ministry of Finance of Ukraine (1999), Regulation (standard) of accounting 9 «Stocks», available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99> (Accessed 23 may 2022).

Піхняк Т.А.

к.е.н., доцентка кафедри менеджменту, фінансів,
банківської справи та страхування

Хмельницький університет управління і права імені Леоніда Юзькова

Віжановський В.А.

здобувач вищої освіти освітнього ступеня бакалавр

Хмельницький університет управління і права імені Леоніда Юзькова

ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА ТОВ «ЮНІБУД ДЕКОР»

Податкова політика підприємства являє собою узагальнену модель поведінки підприємства в рамках діючого податкового законодавства, що забезпечує підвищення ефективності діяльності підприємства на шляху досягнення його цілей. Вибір податкової політики залежить в першу чергу від внутрішніх принципів управління підприємства і лише в другу чергу – від зовнішнього економічного середовища [1, с. 165].

ТОВ «Юнібуд Декор» перебуває на спрощеній системі оподаткування. Згідно Податкового кодексу України, спрощена система оподаткування, обліку та звітності – це особливий механізм справляння податків і зборів, що передбачає заміну сплати окремих податків і зборів, встановлених пунктом 297.1 статті 297 цього Кодексу, на сплату єдиного податку в порядку та на умовах, визначених цією главою, з одночасним веденням спрощеного обліку та звітності [2].

Оскільки юридичні особи можуть бути платниками єдиного податку лише III-ї групи, підприємство обрало відсоткову ставку єдиного податку 5%, що дозволяє бути платником податку на додану вартість (п. 293.3 ПКУ) [2].

Доходом ТОВ «Юнібуд Декор» згідно п. 292.1 Податкового кодексу України є дохід, отриманий протягом податкового (звітного) періоду в грошовій формі (готівковій та/або безготівковій). Підприємство використовує лише безготівкову форму розрахунків з постачальниками та покупцями. Тобто, до оподаткованого доходу підприємства включається вся виручка від реалізації товарів (робіт, послуг), що надійшла на розрахунковий рахунок товариства за вирахуванням суми ПДВ.

У табл. 1 розглянемо динаміку складу та структури оборотних активів досліджуваного підприємства.

За даними табл.1 можемо побачити, що за 2019-2020 рр. сума єдиного податку до сплати за звітний період перебувала в межах від 1602,25 грн (за I-й квартал 2020 р.) до максимальних 4608,89 грн (за IV-й квартал 2019 р.).

За умовами перебування на спрощеній системі оподаткування за ставкою 5% підприємство, відповідно, є платником податку на додану вартість за основною ставкою 20%. Облік ПДВ ведеться на підставі податкових накладних, зареєстрованих в єдиному реєстрі податкових накладних (ЄРПН).

Таблиця 1

Розрахунок єдиного податку за 2019 – 2020 рр.

№ з/п	Назва	I-й квартал	Півріччя	Три квартали	Рік
2019 рік					
1.	Сума доходу за податковий (звітний період)	80356,96	154209,13	295279,71	448909,45
2.	Сума єдиного податку	2410,71	4626,27	8858,39	13467,28
3.	Сума єдиного податку за минулий податковий (звітний період)	–	2410,71	4626,27	8858,39
4.	Сума єдиного податку до сплати за податковий (звітний період)	2410,71	2215,56	4232,12	4608,89
2020 рік					
1.	Сума доходу за податковий (звітний період)	53408,38	176005,71	311653,13	428070,47
2.	Сума єдиного податку	1602,25	5280,17	9349,59	12842,11
3.	Сума єдиного податку за минулий податковий (звітний період)	–	1602,25	5280,17	9349,59
4.	Сума єдиного податку до сплати за податковий (звітний період)	1602,25	3677,92	4069,42	3492,52

Джерело: складено авторами на основі податкової звітності підприємства

Підприємство також є платником податків (зборів), що нараховуються на доходи фізичних осіб, працівників підприємства. Нарахування та сплата податку з доходів фізичних осіб (ПДФО) здійснюється згідно IV Розділу ПКУ [2]. За умовами даного кодексу доходи фізичних осіб оподатковуються за ставкою 18%. З 2014 р. для фінансування Збройних сил України був введений Військовий збір (ВЗ) – 1,5%. Крім того, роботодавець за кожного працівника за рахунок коштів підприємства сплачує Єдиний соціальний внесок (ЄСВ). Ставка ЄСВ складає 22% на заробітну плату працівників (8,41% на заробітну плату працівників-інвалідів) [3].

Таким чином, підприємство ТОВ «Юнібуд Декор» є платником єдиного податку та щокварталу подає до податкових органів декларацію платника єдиного податку. Також, за умовами перебування на спрощеній системі оподаткування за ставкою 5% підприємство є платником податку на додану вартість за основною ставкою 20%. Крім того, ТОВ «Юнібуд Декор» сплачує податки, що нараховуються на доходи фізичних осіб, працівників підприємства.

Список використаних джерел

1. Грицюк Н. О. Принципи і фактори, що впливають на формування податкової політики на підприємствах хімічної промисловості України.

Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер : Економічні науки. 2014. 7(2). С. 99-107. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2014_7%282%29__45

2. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року No 2755-VI / Редакція від 20.09.2015. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>

3. Закон України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» No 2464-VI від 08.07.2010 р. / Редакція від 01.04.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2464-17#Text>

**СЕКЦІЯ 4. ГАРМОНІЗАЦІЯ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ В
УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ ЕКОНОМІКИ
УКРАЇНИ**

Гаркуша Ю.О.

к.е.н., доцент

доцент кафедри банківської справи

Одеський національний економічний університет

**ПОЛІТИКА ГРОШОВОГО ОБІГУ НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ
УКРАЇНИ**

Одним з важливих факторів розвитку економіки країни є ефективно організований готівковий грошовий обіг. Адже вірно оборана модель організації готівкового обігу, обсяг та структура готівкової маси за номіналами, значною мірою впливають на ефективність економічного зростання країни, збалансування попиту та пропозиції товарів і послуг, рівень життя населення, соціальну стабільність. Тож організація та управління готівковим грошовим обігом є одним із пріоритетних завдань центральних банків [1, с. 7].

Національний банк України як центральний банк держави має монополічне право на здійснення емісії національної валюти України та організує готівковий грошовий обіг [2].

Відповідно до візії, центральний банк нашої країни проводить політику готівкового обігу, ставлячи за мету досягнення стандартів та показників розвинених країн, застосовуючи їхній досвід організації готівкового обігу та спрямовує зусилля на зниження частки готівкових розрахунків у країні.

Також необхідним є виділення поняття «політика готівкового обігу». На сьогодні дана категорія практично не зустрічається у наукових працях. Однак у Концепції організації готівкового обігу НБУ було виділено таке поняття та базові елементи [3].

З нашої точки зору, політика готівкового обігу – це сукупність заходів, спрямованих на організацію та управління розрахунків у готівковій формі та гарантування їх безпечності та безперебійності.

Регулятор проводить політику готівкового обігу, застосовуючи відповідні інструменти впливу. На нашу думку, до інструментів політики готівкового обігу слід віднести:

- Гранична придатність банкнот і монет до обігу. Встановлення якої впливає на обсяг вилученої з обігу кількості значно зношеної готівки. Також на даний процес впливає кількість номіналів, що відкарбовані у формі монет.

- Купюрна структура. Оптимальна структура готівкової грошової маси є важливим чинником застосування готівки в розрахунках і виконання грошима функції як засобу обігу.

- Порядок здійснення касових операцій. Встановлення норм проведення розрахунків господарюючих суб'єктів готівкою між собою і з населенням, а також розрахунків, які проводять фізичні особи.

- Промоція безготівкового способу розрахунків. Застосування регулятором комунікаційних каналів для популяризації безготівкового обігу та зниження обсягу готівковкових розрахунків у країні.

Слід зауважити, що в основному інструменти політики готівкового обігу є адміністративними і не дають можливості варіювати. Тож ефективне застосування інструментів регулятором в процесі організації та управлінні готівковим грошовим обігом є важливим елементом формування довіри до національної валюти та політики Національного банку України.

Список використаних джерел

1. Батракова Т.І., Полова А.В. Сучасний стан готівкового обігу та проблеми безготівкових розрахунків в Україні. *Молодий вчений*. 2016. № 2 (29). С. 5-8. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/2/2.pdf>
2. Закон України «Про Національний банк України» № 679-XIV від 20.05.1999 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/679-14#Text> (дата звернення: 01.06.2022)
3. Офіційний сайт Національного банку України URL: <https://www.bank.gov.ua> (дата звернення: 01.06.2022)

Гришко Д.О.

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Власюк С. А.

к.е.н., доцент

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Уманський НУС

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА АГРАРНОЇ СФЕРИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Україна продовжує своє героїчне протистояння російському вторгненню. Багато українців боронить нашу державу зі зброєю в руках, вступивши до лав ЗСУ або територіальної оборони. Водночас, окрім безпосереднього фронту бойових дій, не менш важливим є фронт економічний. Адже війна коштує Україні мільярди доларів, які необхідні для забезпечення оборони та підтримання (а в подальшому і відновлення) нашої інфраструктури.

Весняно-польові роботи 2022 року – стали найскладнішими за всю історію незалежності України. В умовах військового стану сільгосптоваровиробники зіткнулися з низкою проблем: відсутність паливо-мастильних матеріалів, добрив, блокування основних логістичних шляхів, перебої з постачанням техніки та обладнання, зупинка експортних операцій тощо. Сьогодні, на плечах сільгосптоваровиробників продовольча безпека

держави. Сільськогосподарські товаровиробники на період посівної завжди потребують додаткового фінансового забезпечення. Зазвичай, врожай ставав внутрішнім джерелом фінансування. Проте, сьогодні вони не мають такої можливості продати зібраний торік врожай, оскільки вся портова інфраструктура України заблокована агресором [1].

Саме тому перед аграріями стало гостро питання залучення інших альтернативних джерел фінансування передусім для проведення посівної. За оцінкою Мінагрополітики – загальна потреба в додаткових фінансових ресурсах складає близько 100 млрд грн. Тому, Мінагрополітики було ініційовано постанову, яку Уряд одногосно підтримав щодо запровадження механізму надання державних гарантій аграріям, – прийнято Постанову КМУ «Про внесення змін до деяких актів Кабінету Міністрів України щодо забезпечення кредитної підтримки сільськогосподарським товаровиробникам» [2].

Фінансова підтримка надаватиметься виключно малому та середньому агробізнесу, які обробляють до 10 000 га, з грошовим оборотом до 20 млн євро на рік, у вигляді компенсації відсоткової ставки. Максимальною сумою кредиту, на який поширюється механізм компенсації відсоткової ставки – до 50 млн грн.

Кредит може залучатися сільськогосподарськими товаровиробниками (визначеними в Законі України «Про державну підтримку сільського господарства України») для провадження діяльності (весняно-посівної) на період дії воєнного стану на 6 місяців. При цьому встановлено, що державна гарантія за портфельними кредитами становить до 80 % [3].

У сільськогосподарських товаровиробників з'явилася можливість отримати кредит до 60 млн грн під 0 % на час воєнного стану за програмою "5–7–9 %". Відповідно до рішення уряду розширена програма "Доступні кредити 5–7–9%". Аграрії протягом дії воєнного стану та місяць після його завершення можуть отримати кредит під 0 %. Після цього кредитна ставка становитиме 5 %.

Строк кредитування за програмою "5–7–9" залежатиме від цільового призначення коштів. На реалізацію інвестиційного проєкту і на рефінансування заборгованості кредит надають щонайбільше на 5 років. Для фінансування оборотного капіталу – на 3 роки.

Відповідно до Наказу №154 «Про технічне забезпечення комплексу польових робіт в умовах воєнного стану 2022 року» дозволяється експлуатація с/г техніки без реєстрації. Метою прийняття такого рішення є безперебійна робота агропромислового комплексу під час весняно-польових робіт.

Для спрощення процедури та полегшення посівної кампанії на державному рівні, було прийнято шereg нормативних заходів на час воєнного стану:

- скасовані додаткові процедури із сертифікації насіннєвого матеріалу;
- дозволено експлуатацію сільгоспмашин без їх реєстрації;

- запущено аграрну платформу Міністерства по збору актуальних потреб аграріїв під посівну в режимі реального часу <https://agrostatus.org> [4].

Отже, варто зазначити, що навесні аграрії завжди потребують додаткового фінансування на період посівної. Крім того, сьогодні сільськогосподарські виробники не мають можливості реалізувати зібраний торік врожай на експорт оскільки вся портова інфраструктура країни заблокована агресором. Як наслідок, сьогодні в аграріїв криза ліквідності обігових коштів для провадження сільськогосподарської діяльності. Держава робить усе можливе для проведення посівної кампанії та полегшення її реалізації.

Список використаних джерел

1. Лещенко Р. Зміни до надання фінансової державної підтримки аграріям під час посівної. URL : <https://minagro.gov.ua/news/uryad-zatverdiv-zmini-do-nadannya-finansovoyi-derzhavnoyi-pidtrimki-agrariyam-pid-chas-posivnoyi-roman-leshchenko>
2. Держава запроваджує додаткові заходи підтримки аграріїв в умовах воєнного стану. URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3428639-urad-uhvaliv-risenna-pro-finansovu-pidtrimku-agrariiv-na-cas-voennogo-stanu.html>
3. Уряд ухвалив рішення про фінансову підтримку аграріїв на час воєнного стану. URL : https://biz.ligazakon.net/news/209958_derzhava-zaprovadzhu-dodatkov-zakhodi-pdtrimki-agrarv-v-umovakh-vonnogo-stanu
4. До уваги аграріїв. URL : <https://bashtanskaotg.gov.ua/news/do-uvagi-agrariiv-2022-03-23>

Кроль В.В., PhD

старший викладач кафедри трудових ресурсів і підприємництва

Клим'юк Ю.Ю.

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня

НУВГП, м. Рівне

ІНСТИТУЦІЙНА ДОВІРА ЯК ІНДИКАТОР РІВНЯ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ СУСПІЛЬСТВА

В умовах трансформаційних перетворень економічних систем соціальний капітал починає відігравати роль одного з найважливіших засобів підвищення як персонального, так і колективного добробуту членів постіндустріального суспільства, а його вимірювання є обов'язковою частиною оцінювання ефективності використання усієї сукупності чинників суспільного розвитку.

Велика кількість різноманітних трактувань серед дослідників дозволяє зробити висновки про наявність певного консенсусу у розумінні соціального капіталу як ресурсу, заснованого на стійких соціальних зв'язках і використовуваного для отримання додаткових доходів. Ці зв'язки

безпосередньо не пов'язані з економічною діяльністю суб'єкта, але можуть використовуватися ним для отримання преференцій в різних областях, включаючи економіку.

Визначення поняття соціального капіталу через певні соціальні очікування, може призвести до термінологічної плутанини з довірою. У даному випадку доцільним є використання диференційованого підходу, який започаткував П. Бурд'є. Він визначав місце довіри саме на змістовному рівні соціального капіталу, підкреслюючи можливість довгострокової довіри, оскільки є достатня цінність і регулювання в очікуваннях надійності, безпеки та намірів, які відображають інституційну, повсюдну та міжособистісну підтримку довіри.

Довіра є одним із найважливіших чинників підвищення добробуту суспільства, сприяє взаємній співпраці, адже практично кожна комерційна операція має елемент довіри, що найчастіше проявляється при укладанні довгострокових угод. Низький рівень довіри, відсутність солідарності, звичок співпраці та взаємодопомоги характеризує нерозвиненість соціального капіталу.

Основним індикатором, який може демонструвати рівня розвитку соціального капіталу суспільства є рівень інституційної довіри до влади. Довіра до органів державної влади є однією із найважливіших характеристик суспільних відносин, ключовим індикатором, що визначає ефективність політики, що проводиться державою щодо формування здорового громадянського суспільства, визначає ступінь розвитку демократії та рівень соціально-економічного розвитку.

У суспільстві, якому властивий високий рівень довіри, зазвичай вищий рівень визнання публічної влади і, відповідно, нижчі витрати на підтримання порядку та стабільності. Якщо немає довіри до домовленостей - немає і сили законів. У більшості країн із низьким рівнем довіри люди не мають елементарних інституційних гарантій, щоб захистись від політичного свавілля. Низький рівень довіри є перешкодою для консолідації суспільства та влади.

Порівняння показників індексу інституційної довіри Government trust index та субіндексу соціального капіталу Global Sustainability Competitiveness Index демонструє, що довіра є важливою складовою соціального капіталу. Так, в 13 із 16 країн, в яких значення індексу інституційної довіри в динаміці 2016-2020 рр. перевищує середнє значення вибірки в цілому, мають показник субіндексу соціального капіталу, що також перевищує середнє значення аналогічної вибірки для досліджуваного періоду (табл.1). Неспіврозмірність вибірок при дослідженні вказаних індексів повною мірою не дає уявлення про тенденції, які відбуваються в сучасному суспільстві, проте опосередковано свідчить, що економіки з високим ступенем розвитку інституційної довіри мають високий рівень розвитку соціального капіталу суспільства.

Таблиця 1

Співвідношення індексу інституційної довіри та субіндексу соціального капіталу

№	Країна	Середнє значення індексу інституційної довіри 2016-2020	Середнє значення субіндексу соціального капіталу 2016-2021
1	Австрія	49,92	57,29
2	Данія	60,42	47,74
3	Ірландія	59,32	49,00
4	Ісландія	46,05	51,40
5	Канада	60,60	47,66
6	Мексика	68,24	-
7	Нідерланди	65,94	57,11
8	Німеччина	59,82	50,14
9	Нова Зеландія	62,50	50,63
10	Норвегія	69,64	61,04
11	ПАР	48,9	-
12	Португалія	48,56	51,95
13	Туреччина	55,96	-
14	Фінляндія	61,74	56,54
15	Швейцарія	82,44	52,59
16	Швеція	54,46	52,43

Джерело: складено авторами за [2],[3].

Таким чином, результати аналізу дають певні підстави, які можуть бути аргументом на користь висновку, що в країнах з високим рівнем розвитку соціального капіталу суспільства рівень довіри до уряду також є високим.

Список використаних джерел

1. Putnam R. Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. NY. 2001. URL: <https://www.socialcapitalgateway.org/content/book/putnam-r-d-2000-bowling-alone-collapse-and-revival-american-community-new-york-simon-sc>
2. OECD (2022), Trust in government (indicator). doi: 10.1787/1de9675e-en
3. Solability (2020). The Global Sustainable Competitiveness Index. URL: <https://solability.com/the-global-sustainable-competitiveness-index/the-index>

Матушевська В.Ю.

Студентка 4 курсу

Факультет фінансів та банківської справи

Одеський національний економічний університет

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОТІВКОВОГО ГРОШОВОГО ОБІГУ

Економічний стан будь-якої країни значною мірою залежить від рівня організації грошового обороту загалом і готівкового грошового обігу зокрема. Стабільний і прогнозований його розвиток є необхідною умовою економічного розвитку держави. І хоча економіка країни розвивається під впливом цифровізації, результатом якої є збільшення частки безготівкових розрахунків, однак і досі важливе місце посідає готівковий грошовий обіг, який є однією з передумов забезпечення стабільності національної грошової одиниці. Проте він є найбільш капіталомістким і трудомістким видом банківської діяльності та у процесі розвитку має потребу постійного удосконалення. Саме тому належна організація грошового обігу є важливою для Національного банку України.

Визначення сутності поняття готівкового грошового обігу присвячені наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених. Зокрема, у колективній монографії за редакцією професора О.В. Дзюблюка зазначається, що «готівковий грошовий обіг – це рух готівки у формі банкнот та розмінної монети, що обслуговує реалізацію товарів і послуг та здійснення інших можливих платежів» [1, с. 16].

Вітчизняний науковець В.І. Бочан розуміє економічну категорію «грошовий обіг» «як рух готівкових грошей у сфері обігу і виконання ними двох функцій (засобу платежу і засобу обігу), що передбачає використання готівкових коштів при виконанні платежів та для здійснення розрахунків» [2, с. 23]. В даному випадку сутність дефініції пояснюється через дві функції грошей.

Можливість використання готівки в економіці обмежена порівняно з безготівковими розрахунками. Найчастіше використовує готівкові гроші населення у сфері роздрібної торгівлі та послуг. Суб'єкти господарювання в меншій мірі, але також використовують готівкові грошові кошти для здійснення розрахунків та різних платежів. Крім того, підприємства можуть виплачувати заробітну плату своїм працівникам у готівковій формі, однак використання у діяльності юридичних осіб регламентується чинними законодавчими і нормативно-правовими актами [1, с. 16; 2, с. 23].

Так, відповідно до положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні №148 господарюючі суб'єкти здійснюють розрахунки готівкою між собою і з населенням через касу як коштами, одержаними у вигляді готівкової виручки, так і коштами, одержаними із

банків. Суб'єкти господарювання здійснюють облік операцій з готівкою у відповідних книгах обліку [3].

Отже, організація готівкового грошового обігу є складним процесом, має свої особливості і принципи, що зазначені у вітчизняному законодавстві. Управління готівковим грошовим обігом має на меті забезпечення безперебійного і безпечного використання готівки в обігу.

Список використаних джерел

1. Дзюблюк О.В. Теорія і практика грошового обігу та банківської справи в умовах глобальної фінансової нестабільності : монографія / О. В. Дзюблюк, В. В. Корнєєв, В. І. Міщенко та ін. ; за ред. д.е.н., проф. О. В. Дзюблюка. Тернопіль : ФОП Осадча Ю.В., 2017. 298 с.

2. Бочан В.І. Управління стійкістю грошового обігу : дис. кан. екон. наук : 08.00.08. / Львівський національний університет імені Івана Франка: Львів. 2018. 235 с.

3. Постанова Правління НБУ «Про затвердження Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні» від 29.12.2017 р. №148 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0148500-17#Text> (дата звернення: 01.06.2022 р.).

Медвідь В.Ю.,

д.е.н., професор,

старший науковий співробітник НДЧ

Сокол В.М.,

голова районної ради, магістрантка

ОПП «Економіка місцевого розвитку», 051 «Економіка»

Штих Н.В., магістрантка

ОПП «Економіка місцевого розвитку», 051 «Економіка»

Сумський НАУ

ВЕКТОРИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ГРОМАД В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

Питання місцевого економічного розвитку територіальних громад набули неабиякого значення, особливо з початком реформи децентралізації владних повноважень. Саме з початком формування нових просторових утворень, органи місцевого самоврядування мали серйозно підходити до питання свого подальшого економічного розвитку, формування фінансової спроможності місцевих бюджетів, створення сприятливого інвестиційного клімату, формування маркетингового (іміджевого) потенціалу території. Адже забезпечити населення території робочими місцями, якісними та доступними соціальними, медичними, житлово-комунальними послугами зможуть економічно розвинені та фінансово спроможні територіальні

громади. Забезпечення комфортних умов життя є основним пріоритетом місцевого економічного розвитку.

Наприкінці 2020 р. у результаті процесу децентралізації відбулося укрупнення районів. Так, в складі Сумської області опинилося п'ять районів: Шосткинський, Конотопський, Сумський, Охтирський та Роменський (табл. 1). До 2020 р. в адміністративно-територіальному устрою Сумської області налічувалося 18 районів.

Таблиця 1

Кількісні показники районування Сумської області

Район	Центр району	Кількість громад	Кількість населених пунктів	Площа території, км ²	Чисельність населення, тис. осіб
Сумський	місто Суми	16	450	6504	446
Конотопський	місто Конотоп	8	311	5186	201
Роменський	місто Ромни	8	297	3882	112
Охтирський	місто Охтирка	9	185	3195	124
Шосткинський	місто Шостка	10	247	5066	186

Найменша площа території в складі Охтирського району, а найменша чисельність населення в Роменському. Сумський район – найбільших район області з центром в місті обласного значення.

Особливістю географічного розташування Сумської області є найбільша серед регіонів України протяжність державного кордону з РФ, що складає 563,8 км. Прикордонними територіями є 15 (майже 30%) з 51 територіальної громади, з яких 3 сільські, 7 селищних, 5 міських.

Сьогодні, в умовах повномасштабного вторгнення РФ, близькість та найбільша протяжність кордону з країною-агресором формує нові виклики перед управліннями різних рівнів. Розвиток регіональної економіки стає пріоритетним фронтом та вектором подальшого успіху та перебігу військових дій. Місцевий економічний розвиток залежить, насамперед, від спроможності посадовців, в т.ч. органів місцевого самоврядування, сформувати адекватні та адаптивні стратегічні плани, забезпечити ефективність та результативність їх виконання. Реалізація адаптивних стратегічних планів має відбуватися за допомогою впровадження сучасних інструментів економічної політики. Місцева економіка має ставити пріоритет на приватне підприємництво та формування індивідуалізму, як основу забезпечення конкурентоспроможності. В сучасних реаліях переформатування до важких умов місцевого фермерства виявляється більш гнучким, аніж відновлення сталої роботи агрохолдингів. Тобто сучасні

національні, регіональні та місцеві стратегічні плани мають базуватися на принципах дерегуляції та демонополізації. Місцева економіка має орієнтуватися на підтримку малого бізнесу та місцевого підприємництва, сприяння фінансової підтримки інноваційних стартапів, запровадження соціально-економічних стимулів повернення біженців, що перетнули кордон за межі країни та області.

Список використаних джерел

1. Програма економічного і соціального розвитку Сумської області на 2022 р.. URL: <file:///C:/Users/pc/Downloads/09-session-8skl-31.pdf> (дата звернення: 27.03.2022).

2. Економіка війни та повоєнний економічний розвиток України: проблеми, пріоритети, завдання. URL: <https://www.prostir.ua/?news=ekonomika-vijny-ta-povojennyj-ekonomichnyj-rozvytok-ukrajiny-problemy-priorytety-zavdannya> (дата звернення: 24.05.2022 р.)

Мудрак Р.П.

д.е.н., професор
завідувач кафедри економіки
УНУС

Денисюк В.В.

викладач-методист
завідувач відділення комп'ютерних систем
ВСП Агротехнічний коледж УНУС

ЕКСПОРТНІ ЦІЛЬОВІ ОРІЄНТИРИ НАЦІОНАЛЬНОЇ АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ

Аграрна сфера виробництва – один із найважливіших секторів національної економіки. Це обумовлено багатьма причинами найважливішими серед яких є наступні: 1) вітчизняне аграрне виробництво – фундамент національної продовольчої безпеки. Достатні обсяги виробництва сільськогосподарської продовольчої сировини та готових продуктів харчування забезпечують фізичну доступність продовольства; 2) аграрне виробництво є своєрідним буфером, що пом'якшує дію деструктивних факторів, оскільки на відміну від інших секторів матеріального виробництва, насамперед промисловості, демонструє значно стійкішу зростаючу динаміку; 3) вітчизняне аграрне виробництво є експортоорієнтованим і забезпечує стабільне збільшення валютної виручки, що, в умовах хронічного дефіциту зовнішньоторговельного балансу, є важливим чинником курсової стабільності.

На останньому пункті зупинимося більш детально. Впродовж останніх двадцяти років мала місце стрімка зростаюча динаміка обсягів

агропродовольчого експорту – у звітному періоді (2021р.) валютні надходження від реалізації на зовнішній ринок сільськогосподарської продукції, продовольчих напівфабрикатів та готової їжі порівняно із 2001р. зросли в 15,2 рази, досягнувши історичного рекорду 27,7 млрд. дол. США (табл. 1).

Таблиця 1.

Абсолютні та відносні показники агропродовольчого експорту України*

Показник	В середньому за період, років			
	2001-2005	2006-2010	2011-2015	2016-2021
Обсяги агропродовольчого експорту, млн. дол. США	2945,0	8247,4	15788,2	20614,0
Частка агропродовольчого експорту в загальній структурі експорту товарів, %	11,8	16,8	27,0	42,0

**Примітка: розраховано авторами за даними [1]*

Разом із абсолютними показниками експорту зростали і його відносні показники – частка агропродовольчого експорту в загальній структурі експорту. Історичного рекорду було досягнути в 2020р. – 45,1%.

Вразливим місцем вітчизняного агропродовольчого експорту є його структура – суттєве переважання реалізації закордон сільськогосподарської сировини над продовольчими напівфабрикатами та готовою до споживання їжею. Суть цієї проблеми полягає в тому, що сировина містить найменшу частку доданої вартості порівняно із продуктами її переробки по ланцюгові вартості [2], а тому продається за цінами, що значно менші, ніж ціни готової продукції. В результаті національна економіка недоотримує доходи від зовнішньої торгівлі.

Основою вітчизняного агропродовольчого експорту є продаж зернової продукції [1]. Наприклад, в 2021р. частка виручки від експорту зернової продукції в загальній структурі агропродовольчого експорту досягла 44,5%. Однак, при цьому зменшуються абсолютні та відносні показники внутрішньої переробки зерна (табл. 2). Зокрема, за останніх 6 років використання зернової продукції для виробництва кормів скоротилося на 27,1%. Це є однією із головних причин скорочення обсягів виробництва свинини та виникнення її сезонних дефіцитів, що провокує зростання відповідних цін.

Вітчизняна аграрна політика має бути націлена на забезпечення підвищення внутрішньої переробки сільськогосподарської сировини, насамперед зерна, та сприяння виходу вітчизняним компаніям на зовнішні ринки для реалізації продовольчих напівфабрикатів та готової до споживання продукції.

Таблиця 2.

Абсолютні та відносні розміри окремих статей балансу зернових та зернобобових культур України*

Показник	2015р.	2016р.	2017р.	2018р.	2019р.	2020р.
Виробництво, тис. т	60126	66088	61917	70057	75143	64933
Експорт, тис. т	38338	41451	42499	42940	57925	52245
Внутрішня переробка (корм, переробка на нехарчові цілі, фонд споживання), тис. т	21175	19067	17912	18465	18427	16762
Відношення обсягів експорту до обсягів виробництва, %	63,8	62,7	68,6	61,3	77,1	80,5
Відношення обсягів внутрішнього використання до обсягів виробництва, %	35,2	28,9	28,9	26,4	24,5	25,8

*Примітка: розраховано авторами за даними [3]

Список використаних джерел

1. Товарна структура зовнішньої торгівлі України [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2022/zd/tsztt/arh_tsztt2022_u.html
2. Henriksen L., Riisgaard L., Ponte S., Hartwich F., Kormawa P. Agro-Food Value Chain Interventions in Asia: A review and analysis of case studies. Working Paper [Електронний ресурс]. UNIDO. 2010. December 2010. Режим доступу: https://www.unido.org/sites/default/files/2011-01/WorkingPaper_VC_AsiaFinal_0.pdf
3. Сільське господарство України [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2021/zb/09/zb_sg_20.pdf; http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/07/Arch_sg_zb.htm

Тимечко І.

д.е.н., с.н.с.

с.н.с. відділу регіональної фінансової політики

ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долишнього НАН України»

**ТРАНСКОРДОННЕ СПІВРОБІТНИЦТВА В КОНТЕКСТІ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ АДАПТАЦІЇ
ПРИКОРДОННОГО РЕГІОНУ ДО УМОВ ВОЄННОГО СТАНУ
(НА ПРИКЛАДІ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ)**

Нині важливу роль відіграє підтримка України, яка надається нашими західними партнерами, українцями в світі, міжнародними організаціями та міжнародною спільнотою. Людський капітал, нарощений роками завдяки транскордонному та міжнародному співробітництву, є дуже цінним і не повинен бути втраченим. І сьогодні мобілізується, щоб допомогти.

Львівщина є західними воротами України з країнами – членами Європейського Союзу, з величезним потенціалом, на яку покладено особливу відповідальність на міжнародній арені за:

- ✓ репрезентацію як регіону, так і держави загалом;
- ✓ транскордонне співробітництво з закордонними партнерами;
- ✓ направлення потоків біженців;
- ✓ нарощення міжнародної допомоги (гуманітарної, фінансової, технічної, продовольчої та ін.);
- ✓ участь в організації заходів за кордоном для посилення підтримки України;
- ✓ адаптивність логістичної системи в умовах воєнного стану;
- ✓ активізацію волонтерського руху;
- ✓ інтенсивність євроінтеграційних процесів та збереження національної ідентичності.

На післявоєнний період. На другому етапі прогнозується стадія відновлення.

На етапі відновлення важливо сприяти розширенню співпраці органів місцевого самоврядування, представників бізнесу, громадських об'єднань та інших суб'єктів у сфері транскордонного та міжнародного співробітництва, що дозволить оптимізувати процеси соціально-економічного розвитку регіону в умовах євроінтеграції. Йдеться про доступ до ресурсів та можливостей в міжнародному просторі для прискореного розвитку в економічній, соціальній, науково-технічній, культурно-освітній, екологічній та інших сферах; розширення ринків збуту; формування інноваційних екосистем тощо.

На третьому етапі закладається фундамент для довготривалого економічного зростання.

Експорт, інтернаціоналізація та інтеграція в глобальні ланцюги доданої вартості. Останні звіти ЄС щодо темпів зростання кластерів чітко вказують, що кластери мають значно кращі показники продуктивності, ніж звичайні експортери. Основою успішної інтеграції можуть стати транскордонні інноваційні екосистеми, на яких базуватимуться розвинуті секторальні та регіональні кластери, які своєю чергою функціонують на принципах поглибленої інтеграції та смарт-спеціалізації.

Шляхи і способи розв'язання проблем

I В умовах воєнного стану

у напрямі транскордонного і міжнародного співробітництва, європейської інтеграції

- ✓ поглиблення транскордонного та міжнародного співробітництва з метою забезпечення безпеки життєдіяльності в регіоні;
- ✓ організація залучення, використання та моніторингу міжнародної допомоги (гуманітарної, фінансової, технічної, продовольчої та ін.)
- ✓ проведення промоційних заходів та участь в заходах за кордоном для посилення підтримки України;

- ✓ підтримка малого і середнього підприємства щодо виходу на зовнішні ринки;
- ✓ сприяння консолідації світового українства та активізація волонтерського руху.

II В умовах відновлення України після завершення війни

у напрямі транскордонного і міжнародного співробітництва, європейської інтеграції

- ✓ сприяння активізації транскордонної співпраці органів місцевого самоврядування, представників бізнесу, громадських об'єднань у економічній, соціальній, науково-технічній, культурно-освітній, екологічній та інших сферах;
- ✓ забезпечення консультативно-інформаційної, організаційної та фінансової підтримки територіальних громад у сфері транскордонного та міжнародного співробітництва;
- ✓ оптимізація процесів залучення, використання та моніторингу міжнародної технічної допомоги;
- ✓ налагодження системи співпраці з українцями у світі;
- ✓ підтримка інноваційної активності та інтеграції в глобальні ланцюги доданої вартості; адаптація логістичних ланцюгів та модернізація інфраструктури в умовах євроінтеграції;
- ✓ розбудова прикордонної інфраструктури.

Очікувані результати

- ✓ встановлення нових взаємовигідних соціально-економічних та культурно-освітніх зв'язків між територіальними громадами Львівської області та регіонами Європейського Союзу;
- ✓ реалізація транскордонних та міжнародних проектів у економічній, соціальній, науково-технічній, культурно-освітній, екологічній та інших сферах;
- ✓ розвиток прикордонної, транспортної та інноваційної інфраструктури в умовах євроінтеграції;
- ✓ формування та розвиток інноваційних екосистем.

Улянич Ю.В.

к.е.н., доцент

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Уманський національний університет садівництва

ПОНЯТТЯ «ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ» В УКРАЇНІ

I

Сам термін «діджиталізація» зародився в США від слова digitalization, що перекладається, як оцифровування.

С. Король [1] визначає термін «діджиталізації» в контексті передбачення створення системи збору, зберігання й аналізу даних, оптимізації пошуку

інформації з використанням Інтернету, обробки великих масивів даних, застосування штучного інтелекту, Інтернету речей у виробництві та ін.

А. Гуренко [2] розглядає процес використання цифрових технологій з одночасним поліпшенням системи обслуговування клієнтів.

М. Устенко говорить про те, що діджиталізація являє собою корінні перетворення, що знаходять вираження в глибокому проникненні цифрових технологій у бізнес-процеси, їх оптимізації, підвищенні продуктивності та поліпшенні комунікаційної взаємодії зі споживачами. Ключова ознака подібних трансформацій – значні покращення в ефективності функціонування бізнес-процесів, скорочення грошових і часових витрат на їх підтримку [3, с.184].

Г. Соколова досліджуючи аспекти розвитку цифрової економіки в Україні визначила, що «діджиталізація характеризується як створення цифрової (заснованої на байтах та бітах – мінімально адресованих одиницях інформації) версії аналогових речей на паперових документів, відео- та фотозображень, звуків» [4].

У вересні 2019 р. в Україні було створене Міністерство цифрової трансформації з метою дотримання курсу діджиталізації країни. У кінці квітня 2020 р. Президент України Володимир Зеленський звернувся до Кабінету Міністрів України, щоб той забезпечив можливість громадянам України отримувати усі державні послуги он-лайн.

Головним із напрацювань та здобутків Кабінету Міністрів України та Міністерства цифрової трансформації було створення застосунку «Дія» (Держава і Я). «Дія» є онлайн-сервісом, де можна отримати державні послуги, завантажити цифрові варіанти документів. Через цей застосунок можна, виконати наступні дії:

- подати заяву на реєстрацію особи як фізичної-особи підприємця;
- подати заяву про надання статусу безробітного;
- отримати довідку про відсутність судимості;
- отримати витяг про земельну ділянку;
- перевірити ліцензію автоперевізників;
- отримати соціальну допомогу при народженні дитини;
- здійснити відновлення або обмін водійського посвідчення;
- здійснити підпис документів за допомогою електронного цифрового підпису, тощо.

Тобто, процеси діджиталізації в суспільстві направлені на доступність, пришвидшення, полегшення отримання соціальної послуги на державному рівні.

Підсумовуючи трактування дефініції «діджиталізація» в Україні можемо зазначити, що за останні п'ять років інтерес до цієї категорії значно зріс, особливо поточного року, що свідчить про своєчасність і необхідність її впровадження, рис. 1.

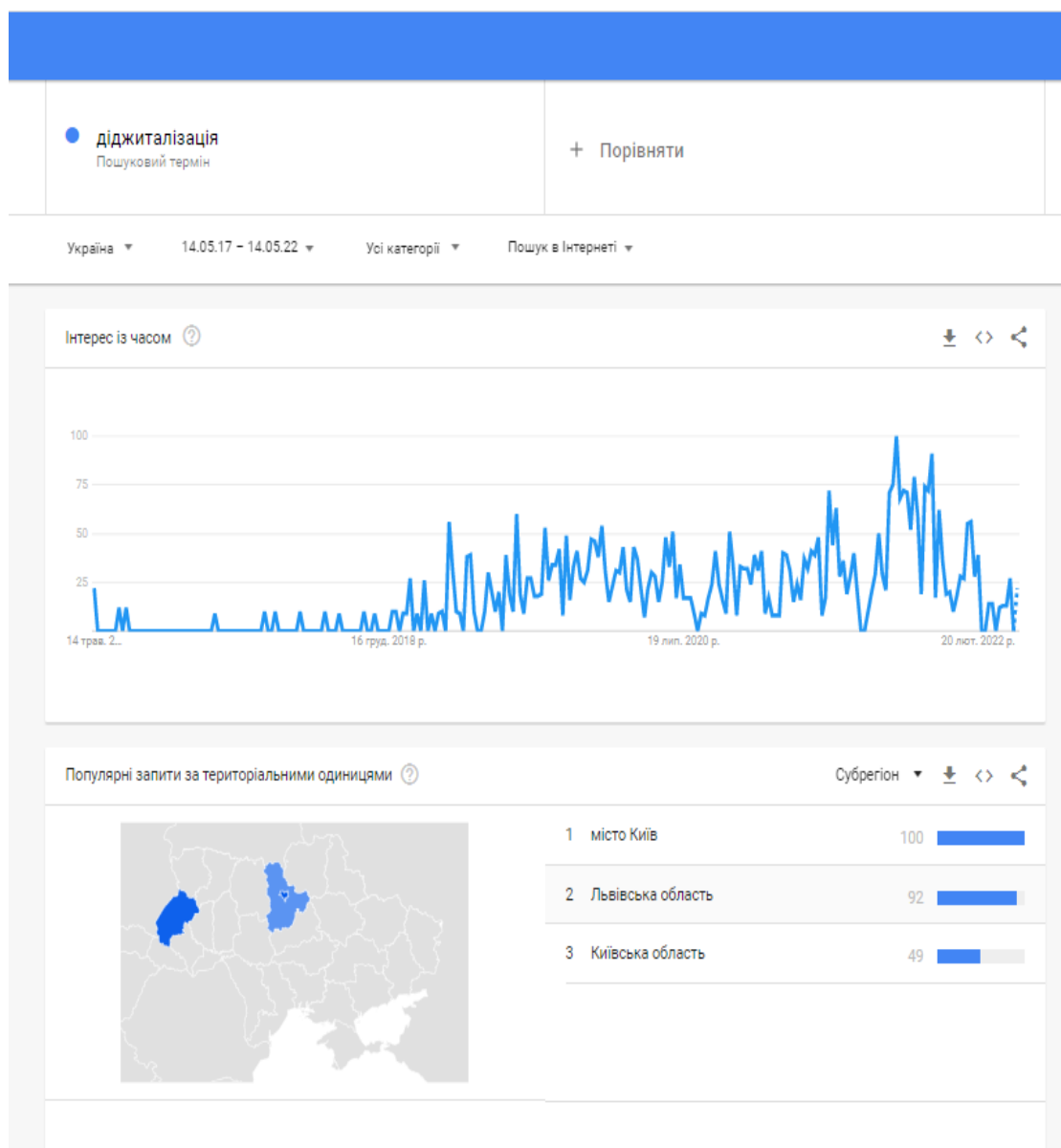


Рис. 1. Динаміка досліджень поняття «діджиталізація» в Україні, 2018-2022 рр.

Джерело: сформовано на платформі <https://trends.google.com/trends/?hl=ru&geo=US>

Дані рис. 1 вказують на те, що найбільший рівень вітчизняної зацікавленості даною дефініцією спостерігається в 2021-2022рр., однак найбільше досліджень припадає на 2021 рік. Така ж ситуація спостерігається і у світі. За територіальним розподілом найбільша кількість запитів по даній категорії була в м. Київ, Київська та Львівська області.

Сучасними діджитал-технологіями є: Інтернет речей, роботизація й кіберсистеми, штучний інтелект, великі дані (big data), безпаперові технології, адитивні технології (3D-друк), хмарні та туманні обчислення, безпілотні та мобільні технології, біометричні й квантові технології, технології ідентифікації, блокчейн, дрони, кібербезпека, коботи, цифрові платформи, «предикативна аналітика», робототехніка, доповнена реальність тощо.

Список використаних джерел

1. Король С. Діджиталізація економіки як фактор професійного розвитку. «Modern Economics». Випуск № 18, 2019 р. С.67-73.
2. Гуренко А., Гашутіна О. Напрями розвитку систем управління в умовах діджиталізації бізнесу в Україні. *Економіка і суспільство*. Випуск №19. Мукачівський державний університет, 2018 р. С.739-745.
3. Устенко М., Руських А. Діджиталізація: основа конкурентоспроможності підприємства в реаліях цифрової економіки. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. Випуск № 68. 2019 р. С.181-192.
4. Sokolova, H.B. (2018), "Some aspects of the development of the digital economy in Ukraine", *Economic Bulletin of Donbass*, no.1 (51), pp. 92-96.

СЕКЦІЯ 5. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Грищук К. Г.,

здобувачка вищої освіти

за спеціальністю 073 «Менеджмент» на бакалаврському рівні,

Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова,

науковий керівник: Синчак В. П.,

професор кафедри менеджменту, фінансів, банківської справи та

страхування,

доктор економічних наук, професор, відмінник освіти України

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ В УПРАВЛІННІ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ КОМУНАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Інтенсивний розвиток та поширення цифрових технологій в останні роки якісно змінюють інформаційне забезпечення у підприємствах галузей економіки та установах соціальної сфери. Все більше організацій прагнуть трансформувати цифрові технології в управлінську діяльність і бізнес-середовище, зменшуючи при цьому трансакційні витрати, і, одночасно з цим, поліпшують економічну активність. Однак в науковому публікаціях ще не достатньо уваги зосереджується на діджиталізації, пов'язаної з управлінням підприємств, зокрема комунальної форми власності. Останні характеризуються особливостями у формуванні фінансових ресурсів, а отже у можливостях цифрової трансформації в діяльність, пов'язаної з управлінням матеріально-технічним забезпеченням, що й зумовлює актуальність нашого дослідження та визначає його мету та завдання.

Цифрова трансформація - це якісні зміни в бізнес-процесах або способах здійснення економічної діяльності (бізнес-моделях) в результаті впровадження цифрових технологій, що призводять до значних соціально-економічних ефектів [1]. Діджиталізація поступово змінює систему управління в комунальних підприємствах. Аналіз її стану в управлінні матеріально-технічним забезпеченням комунального підприємства (далі - КП) «Спецкомунтранс» показав суттєвий прогрес у комп'ютеризації та автоматизації технологій. Цифрова трансформація сприяє рішення системних проблем у галузі, реорганізації праці та автоматизації рутинних завдань. Завдяки цифровим продуктам покращується координація всередині організації та з стейкхолдерами, зменшуються трансакційні витрати. Яскравим прикладом є активне використання електронних торгів для забезпечення підприємства необхідними матеріальними ресурсами. Конкурентне середовище електронних торгів спонукає виробників до зменшення ціни, чим сприяє економії бюджетних коштів, а також забезпечує прозорість та відкритість цього процесу. З цією метою на

КП «Спецкомунтранс» функціонує тендерний комітет, що відповідає за організацію процедур закупівель на всіх стадіях їх проведення. Використання GPS систем в діяльності КП «Спецкомунтранс» впродовж останніх років дозволило оптимізувати маршрути руху транспортних засобів підприємства, посилити трудову дисципліну серед водіїв та цільове використання паливних матеріалів. Це суттєві практичні аспекти діджиталізації в управлінні матеріально-технічним забезпеченням підприємства.

На основі опрацювання спеціальної літератури [2; 3] і власних спостережень, визначено основні переваги цифровізації в управлінні матеріально-технічним забезпеченням комунального підприємства, серед яких:

- посилення контролю за матеріально-технічними ресурсами, що призводить до зниження впливу людського фактора, а саме: ліквідації несанкціонованого зливу палива, використання техніки у власних цілях, розкрадання матеріальних ресурсів тощо. У результаті цього економляться паливно-мастильні матеріали та робочий час, дотримуються терміни виконання робіт, збільшується інтенсивність використання техніки;

- підвищення оперативності та обґрунтованості прийняття управлінських рішень щодо проведення робіт, завдяки збільшенню швидкості обробки даних, їх наочності та актуальності, тобто загальної інформативності фахівців, що сприяє не лише підвищенню продуктивності, а й зменшенню витрат та ризиків;

- підвищення якості управління персоналом підприємства. Це дозволяє розробляти нормативи та норми виробітку, що підходять для даного виду діяльності та конкретної техніки, використовувати погодинну систему оплати праці, одночасно збільшувати продуктивність праці, підвищувати ефективність менеджменту.

У сфері управління ланцюгами поставок/систем матеріально-технічного постачання КП «Спецкомунтранс» головними «цифровими драйверами» можуть стати безпілотні/автоматизовані транспортні засоби та дрони, різні сенсори, датчики та зчитувачі штрихкодів, що здійснюють оперативний моніторинг руху матеріальних цінностей. Для чого пропонуємо підприємству впровадити штрихкодування матеріальних цінностей, що дозволить здійснювати управління розміщенням / переміщенням матеріальних цінностей на підприємстві; зекономити час персоналу і мінімізувати ризик виникнення помилок (навмисних чи ненавмисних) при видачі матеріальних цінностей.

До перспективних напрямів відносимо використання адитивного виробництва, зокрема використання 3D-друку, що надає можливість самостійного виготовляти (або ремонтувати) необхідні комплектуючі, інвентар та забезпечувати безперебійне надання послуг. Обґрунтування економічної доцільності впровадження таких заходів стане напрямом наших подальших досліджень.

Таким чином, сучасним трендом розвитку системи управління матеріально-технічним забезпеченням на КП «Спецкомунтранс» має стати розширення мережі цифрових технологій в управлінській діяльності і в сфері надання побутових послуг. Це дозволить комунальному підприємству зменшити поточні витрати та скоротити час на обґрунтування та прийняття управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. Чому ваша компанія має діджиталізуватись і 4 приклади того, як це робити. URL: <https://eba.com.ua/chomu-vasha-kompaniya-maye-didzhytalizuvatys-ta-4-pryklady-togo-yak-tse-robyty/>
2. Копішинська К. О., Топунова В. Ю. Принципи управління цифровізацією бізнес-процесів підприємства. Актуальні проблеми економіки, обліку, фінансів та права в XXI столітті: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 26 жовтня 2021 р.): у 2 ч. Полтава: ЦФЕНД, 2021. Ч. 1. С. 55-56.
3. Лісова Р. М. Вплив діджиталізації на бізнес-моделі: етапи та інструменти цифрової трансформації. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 24 (2). С. 114–118.

Сілічова Т.В.

к.пед.н., доцент

доцент кафедри математичних методів в економіці
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Дячек О.Ю.

к.е.н.,

доцент кафедри математичних методів в економіці
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

БЛОКЧЕЙН В СУЧАСНОМУ ТЕХНОЛОГІЧНОМУ СВІТІ

Блокчейн – це більше, ніж термін у галузі інформатики, який пояснює, як системи структурують та обмінюються даними. Технологія – це новий спосіб побудови розподіленої бази даних, керованої певною групою людей, для обміну інформацією та співпраці. Усі дані представлені у вигляді списку, який являє собою серію послідовних блоків. Блоки – це файли, які можна записати і які не можна буде змінити в мережі в майбутньому. Він зберігає інформацію про транзакції, доки цей файл не буде створено. Крім того, цей блок записує всі останні транзакції, які не були включені в попередні блоки. Коли створюється новий блок, він завжди додається в кінець ланцюга блокчейну. Транзакція або транзакція – передача даних з однієї адреси на іншу [2]. Це схоже на фінансову операцію, коли кошти передаються від одного клієнта до іншого. В Інтернеті ви робите те саме, надсилаючи дані

один одному. Основою технології блокчейн є обробка та шифрування даних за допомогою різних технологій та різних методів, а саме:

- асиметричні алгоритми шифрування, також відомі як: «асиметричні криптосистеми» – це набір методів захисту даних у криптографії, які використовують два ключі. Перший ключ використовується для шифрування даних. Цей ключ є відкритим і не може використовуватися для розшифрування. Другий ключ є секретним і використовується для розшифровки, що неможливо з відкритим ключем. Тобто ключ шифрування і ключ дешифрування не можуть бути замінені один одним і є абсолютно унікальними.;

- Smart Contract – віртуальна угода, написана мовою програмування, яка використовується як інструмент для обміну товарами та укладання контрактів. Припустимо, громадянин «А» хоче купити квартиру у громадянина «Б». Перші можуть легко переказувати кошти за допомогою технології блокчейну та криптовалюти. Громадянин «А» отримає віртуальну квитанцію, яка буде включена в смарт-контракт. Після того, як «В» повертає ключ протягом певного періоду, «А» здійснює платіж. Якщо ключ не був переданий, система попросить повернути гроші. Тобто тільки якщо обидві сторони виконають умови: оплатити і передати ключ – тоді система віддає «А» ключ, «Б» його гроші. Переваги смарт-контрактів: запобігання втручанню – жодна третя сторона не може втручатися у ваш контракт, тільки ви приймаєте рішення щодо конкретних угод. Вам не потрібно чекати підтвердження від нотаріуса, адвоката чи інших осіб; безпека, тобто розумні контракти захистять ваші документи від хакерів за допомогою розширеного шифрування, яке майже неможливо підробити; Попередження помилок – при заповненні договорів вручну - ймовірність виникнення помилок. Автоматизований смарт-контракт автоматизує весь процес без жодних помилок; вигода - без комісій третім сторонам або посередникам; швидкість – усі файли обробляються набагато швидше, ніж у реальному житті. Типовий смарт-контракт містить три окремі частини. Перший – це цифровий підпис зацікавлених сторін. Друге – це конкретний предмет договору. По-третє – математично описані умови угоди, за допомогою яких мова програмування записує ці дані в контракт [3].

- Хеш-функції або «хешування» даних (функції MD і SHA);

- Хеш-таблиця – структура даних у вигляді асоціативного масиву, що дозволяє зберігати пари (ключ, значення) і виконувати три операції: додати нову пару, видалити і шукати пару за ключем [1];

- Майнінг – процес, який дозволяє всім криптовалютам працювати як децентралізована однорангова мережа без посередників.

- Реалізація алгоритму консенсусу та механізму доказу концепції (PoC).

- Продемонструвати фактичне виконання методу, ідеї чи техніки, щоб продемонструвати, що метод, ідея чи техніка працюють.

Таким чином ми бачимо сутність та наявність механізмів забезпечення роботи мережі блокчейн, яка за допомогою децентралізації та наявних

алгоритмам і протоколам, може ефективно виконувати встановлені цілі. Але наявні певні недоліки, які потребують подальшого дослідження.

Список використаних джерел

1. Cryptography Hash functions. URL: https://www.tutorialspoint.com/cryptography/cryptography_hash_functions.htm (дата звернення: 11.05.2022).
2. J. Golosova, A. Romanovs, "The Advantages and Disadvantages of the Blockchain Technology", Riga, 2018.
3. Smart Contracts: The Ultimate Guide for the Beginners. URL: <https://101blockchains.com/smart-contracts> (дата звернення: 12.05.2022).

Tkachenko Serhii Anatoliiovych,

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Rector,

International Technological University «Mykolayiv Polytechnics»,

Potyshniak Olena Mykolaivna,

Doctor of Economic Sciences, Professor,

Professor of the Department of Organization of Production, Business and
Management,

State Biotechnology University,

Poliakova Yevheniia,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,

Vice-rector for scientific-pedagogical work (educational process),

International Technological University «Mykolayiv Polytechnics»,

Tkachenko V'yacheslav Anatoliiovych,

Lecturer,

International Technological University «Mykolayiv Polytechnics»

DIRECTIONS OF DEVELOPMENT AND INTERESTS OF ECONOMIC CYBERNETICS

Economic cybernetics is a branch of cybernetics that uses its methods and means to study and organize processes in economic systems. Economic cybernetics studies the processes of collecting, accumulating, storing and processing information about economic objects or phenomena. The subject of economic cybernetics is the processes of managing the economy of a country, industry, region, industrial complex, production, a separate enterprise, site, several machines or a group of people, etc.

The methods of analysis used in economic cybernetics help to find optimal control modes and build rational systems for processing economic data based on the widespread use of computer technology. Research on economic cybernetics is reduced to the choice of indicators necessary for managing economic objects (enterprise, industry, group of industries); to the choice of methods for obtaining,

transmitting and processing these indicators at the lowest cost; to the choice of technical devices for processing information at various levels of management (the choice of communication technology, computer technology, etc.); to the study and recommendation of algorithms and information processing programs that allow, based on the indicators obtained, to find the necessary solution in the most rational (from an economic point of view) form and bring it to the performers; to the study of methods for monitoring and accounting for decisions being made, etc.

In the social aspect, economic cybernetics helps to blur the boundaries between mental and physical labor, developing a new technology of mental labor in the field of management based on modern technical equipment. The role of economic cybernetics in modern society is growing significantly due to the need to improve economic organization as one of the cornerstones of the overall process of social transformation.

Initially, the formation of economic cybernetics was associated with the development of mathematical models of economic systems and phenomena, the use of electronic computing technology to study these models and to solve control problems. The application of mathematical structures and methods largely followed the line of application of mathematical symbols and the elimination of terminological differences. This trend is still developing within the framework of mathematical economics and econometrics. Mathematical models of economic systems and phenomena made it possible to better comprehend the dynamics of the systems under study, to develop effective recommendations for rationalizing their structure and methods of economic forecasting and management. Of particular importance was the study of regulatory factors in such models, issues of stability, balance, growth, the regulatory nature of prices, the identification and emphasis on feedback in the economy, the study of conflict situations (within the framework of game theory), the relationship between optimal functioning and general mobility of economic systems. Economic cybernetics is concerned with decision-making in the management of economic systems, the application of mathematical models and machine-formal conclusions obtained on their basis for decision-making in real situations and formulations, solves the issues of boundaries and recipes for the possible use of formal formulations and conclusions. Much attention is paid to the methods of heuristic problem solving, expert forecasting and, finally, the construction of human-machine systems for solving economic problems. The use of this kind of human-machine systems, modeling situations and making decisions for learning and developing more rational forms and methods of management (business games) contributes to the fact that mathematical modeling is becoming an increasingly universal means of improving economic systems, a touchstone for testing economic provisions and doctrines.

However, the defining direction in economic cybernetics is the development of the theory and construction of automated control systems in the national economy, which became possible only in connection with the creation of modern technical means of data processing, especially time-sharing systems. The construction of automated control systems in the economy is an integral part of the

automation processes that determine the modern scientific and technological revolution. The need to create such systems is determined not only by their effectiveness in terms of improving economic systems, increasing the productivity of managerial labor, but also in terms of the effective use of technical means of data processing and organization of information processes in general, by many social requirements. The rapid growth of production, the deepening of specialization, the expansion of cooperation in production, the renewal of products, and the efficient use of resources are impossible without the creation of automated control systems. Within the framework of economic cybernetics, general questions of the structure, construction and functioning of automated control systems in the national economy are being developed. Particular attention is paid to the issues of effective collection of information, its presentation, naming, interpretation, use and circulation in automated control systems. Information in economic systems becomes the subject of deep study. The development of information and algorithmic languages, modeling languages, information retrieval systems and information and reference systems, in essence, focuses on objects of an economic nature.

Economic cybernetics had a decisive influence in many ways on the development of some new mathematical areas - mathematical, stochastic and dynamic programming, discrete optimization, scheduling theory, etc., on theoretical and practical developments in the field of data processing, software for digital computers. The development of data processing techniques, the general theory of research operations and systems research is also connected with the development direction and interests of economic cybernetics.

СЕКЦІЯ 6. СУЧАСНИЙ МАРКЕТИНГ: ПРОБЛЕМИ, ГІПОТЕЗИ, ДОСЛІДЖЕННЯ

Бутко Н.В.

к.е.н., доцент

доцент кафедри економіки підприємства, обліку і аудиту
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНО РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

В сучасних умовах ринкової економіки створення та ефективне використання потенціалу інноваційного розвитку як економіки країни загалом, так і вітчизняних суб'єктів підприємництва зокрема передбачає формування ефективної системи стимулювання маркетингової діяльності підприємств. Наразі інновації виступають першочерговим фактором підвищення конкурентоспроможності підприємницької діяльності. А інноваційна діяльність являється діяльністю спрямованою на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і сприяє випуску на ринок нових конкурентоспроможних видів товарів і послуг [1]. Успіх комерціалізації інноваційних продуктів підприємства в значній мірі залежить від його здатності до організаційного забезпечення маркетингу інновацій [2] та ефективного використання значної низки сучасних маркетингових інструментів [3]. Крім того маркетингове забезпечення комерціалізації інновацій у межах підприємств суттєво залежить від обраної інноваційної політики і формується в її межах.

Логіку і послідовність маркетингового забезпечення інноваційного розвитку підприємства шляхом ефективного здійснення процесу комерціалізації інновацій варто розглядати на основі відповідної схеми, що характеризує систему маркетингу підприємства із трьох підсистем: маркетингової інформаційної, комплексу маркетингу та управління маркетингом (рис. 1), які розкривають певні їх функції.

Компоненти системи маркетингу підприємства в межах запропонованої схеми маркетингового забезпечення повинні взаємодіяти задля розширення можливостей досягнення успіху комерціалізації інноваційних продуктів, ясного уявлення напрямів інноваційного розвитку та забезпечення його сталості.

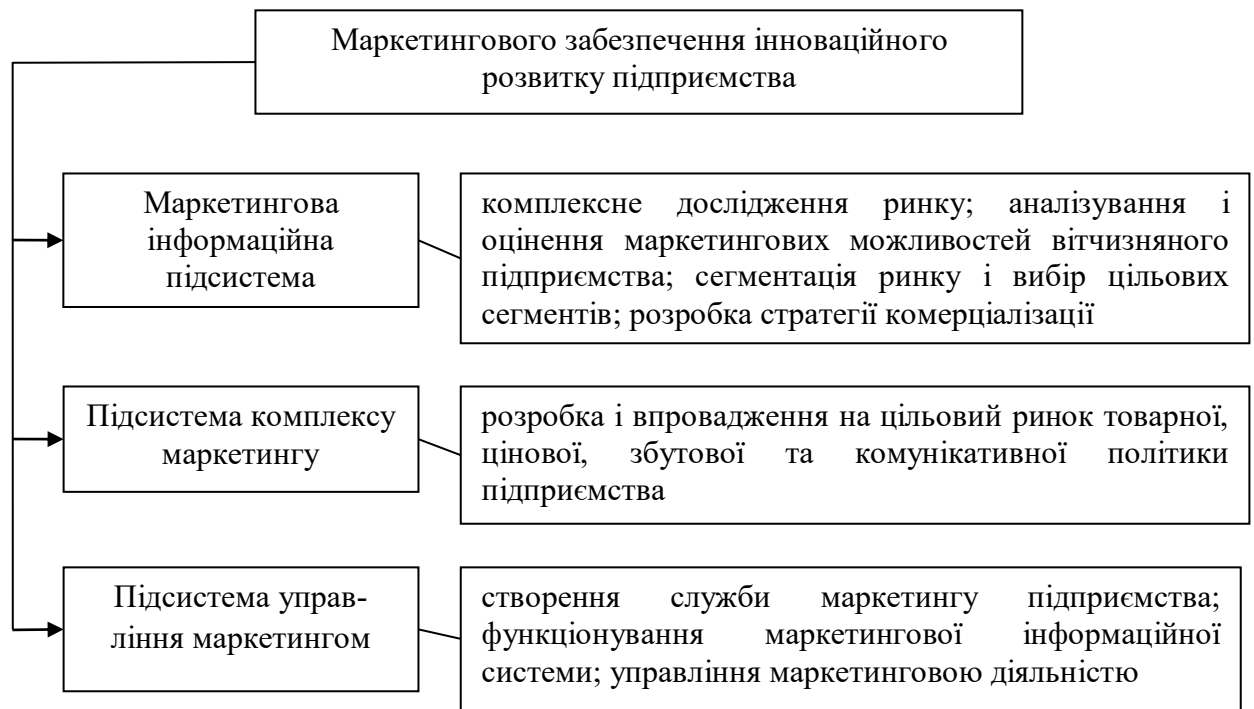


Рис. 1. Схема маркетингового забезпечення інноваційного розвитку суб'єктів підприємництва

Джерело: сформовано автором з використанням [4]

Крім того важливо враховувати основні положення концепції маркетингового забезпечення розвитку підприємства на інноваційній основі, якими є [5]:

- підприємство розглядається як відкрита система, що активно взаємодіє з зовнішнім середовищем його функціонування;
- інноваційний потенціал підприємства багато в чому визначається наявними виробничими, фінансовими, трудовими, інтелектуальними, інвестиційними та іншими ресурсами підприємства;
- інноваційна активність підприємства визначається готовністю, можливістю та здатністю до інноваційного розвитку;
- формування механізму маркетингового забезпечення інноваційного розвитку підприємства засновано на взаємовпливі інноваційного потенціалу та інноваційної активності підприємства на підґрунті використання системи інструментів маркетингового забезпечення;
- вибір стратегії інноваційного розвитку підприємства здійснюється з урахування рівня інноваційного потенціалу та рівня маркетингового забезпечення інноваційного розвитку підприємства.

Отже, розвиток економіки країни неможливий без впровадження інновацій. Їх успіх в процесі комерціалізації в значній мірі залежить від здатності до організаційного забезпечення маркетингу інновацій у межах підприємств, що залежить від обраної інноваційної політики і формується в її межах. Тому держава повинна сприяти розвитку інноваційної діяльності суб'єктів підприємництва і сприяти її розширенню.

Список використаних джерел

1. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002р. № 40-IV // База даних «Законодавство України». ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (дата звернення 04.09.2021)
2. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С. Засади управління інформаційним забезпеченням комерціалізації інноваційної продукції підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2020. Вип. 30. С. 81-86.
3. Ільченко Т.В. Роль маркетингових інструментів в інноваційному розвитку аграрних підприємств. *Бізнес Інформ*. 2020. № 10. С. 460-468.
4. Норіцина Н.І. Маркетингове забезпечення інноваційного розвитку підприємства. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. 2010. Вип. 23. С. 94-100.
5. Васюткіна Н.В., Волобуєв Г.С. Засади маркетингового забезпечення інноваційного розвитку підприємства. *Молодий вчений*. 2017. № 6 (46). С. 394-400.

Грецька Н. А.,

к.е.н., н.с.,

ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

ЕФЕКТИВНИЙ МАРКЕТИНГ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ: ДОСВІД ІРЛАНДІЇ

Маркетингу сільськогосподарської продукції належить ключове місце в успішній діяльності сільськогосподарських товаровиробників. Останнім важливо не тільки виростити якісну сільськогосподарську продукцію, а і вдало організувати процес її реалізацію. Проте, сільськогосподарські товаровиробники позбавлені можливості повноцінно займатись маркетинговою діяльністю у зв'язку з тим, що змушені левову частку свого часу приділяти безпосередньо процесу виробництва. Отже, на організацію ефективного збуту у них майже не залишається часу.

Маркетингу сільськогосподарської продукції належить не менш важливе місце, ніж самому виробництву. Крім того, продукція сільського господарства – швидкопсувна продукція, з короткими термінами реалізації. Високий рівень маркетингу сільськогосподарської продукції дозволяє значно зменшити втрати продукції на її шляху від виробника до споживача та зменшити ланцюг постачання, шляхом видалення з нього проміжних ланок – тіньових посередницьких структур. Нерідко, сільськогосподарські підприємства вирішують проблему збут сільськогосподарської продукції самотужки. Проте, багаторічний світовий досвід доводить, що найефективніший спосіб збуту – об'єднання певної кількості виробників і створення спільної структури та делегування їй повноважень по збуту. Такі структури юридично відокремлені від виробника і набувають різної

організаційно-правової форми. В організації таких об'єднань нерідко ключові кроль відіграє держава. Її основне завдання – вчасно сформувати правовий інституційний базис функціонування таких структур.

Як в країнах розвиненої ринкової економіки, так і в країнах, які розвиваються, отримали розповсюдження і досягли значних успіхів у збуті сільськогосподарської продукції маркетингові ради. Своє широке розповсюдження вони отримали у XX ст. Проте, і зараз їх діяльність є актуальною і успішною.

Маркетингова рада (англ. – marketing board) – це організація, створена багатьма виробника, щоб спробувати продати свій продукт, сформувати попит, і отримати якомога вищу ціну за вироблену продукцію. Такі організації можуть створюватись у різних організаційно-правових формах. Іноді у їх формуванні приймає участь держава з метою регулювання купівлі та продаж певного товару в межах певної території.

Ірландський молочний кооператив Ornuа – ірландська маркетингова рада створена у формі сільськогосподарського заготівельно-збутового кооперативу, який продає молочні продукти від імені своїх членів: ірландських переробників молока та ірландських фермерів, які виробляють молочну продукцію.

Ірландський молочний комбінат був заснований відповідно до Акту про маркетинг молочних продуктів 1961 р. і замінив більш ранній Комітет з маркетингу масла. Він був створений для централізації зовнішнього маркетингу ірландських молочних продуктів, щоб досягти економії на масштабі та більш широкого розпізнавання бренду. На момент утворення ради ринок Європейського економічного співтовариства був закритий для ірландського масла, а Сполучене королівство обмежило імпорту молочної продукції з Ірландії за імпоротною квотою.

Отже, кооперативна спільнота Irish Dairy Board (IDB) – Ornuа, є комерційним агропродовольчим кооперативом, який здійснює переробку і реалізацію молочної продукції від імені своїх членів, ірландських молочних переробників і молочних фермерів Ірландії. Він є найбільшим експортером ірландських молочних продуктів.

В Ірландії виробництвом молока займаються 18 тис. фермерів. 14 тис. з них постачають кооперативу Ornuа молоко. Це дозволило кооперативу постачати молочну продукцію у більш ніж 110 країн світу. На чолі кооперативу знаходиться правління та виконавчий комітет [1].

Зараз Ornuа – найбільший в Ірландії експортер ірландських молочних продуктів. Компанія з штаб-квартирою в Дубліні має річний обсяг продажів понад 2 млрд. євро, а її команда нараховує 3300 чоловік. Вона працює з 19 бізнес-підрозділами по всьому світу, включаючи 14 виробничих підприємств, і має відділи продажів і маркетингу, що працюють на ринку у всіх чотирьох куточках земної кулі.

Сьогодні Ornua працює з 19 дочірніми компаніями по всьому світу: з заводами по фасуванню та змішуванню, які знаходяться в Німеччині, Великобританії, США та на Близькому Сході.

Ornua організувала свій бізнес на трьох спеціалізованих бізнес-платформах: Consumer Foods, Dairy Trading and Ingredients. DPI – спеціалізована компанія кооперативу з розповсюдження продуктів харчування в США. Дочірні підприємства групи в Великобританії, континентальній Європі та США упаковують, поширюють і продають широкий асортимент фірмових продуктів, молочних інгредієнтів, делікатесів з продуктів ірландського походження. Їх перлиною є їх всесвітньо відомий бренд Kerrygold, який є лідером з виробництва вершкового масла в Німеччині. Цей же бренд займає 4-те місце в США по кількості продажів – найважливіший маркетинговий актив ірландської молочної промисловості.

Ірландський молочний кооператив був визнаний «Експортером року» ірландськими експортерами у 2016 р. Основні підрозділи кооперативу – Ornua Foods і Ornua Ingredients. Ornua Foods відповідає за глобальний маркетинг і продаж споживчих брендів Ornua, включаючи Kerrygold, Dubliner, Pilgrims Choice, Forto, Advantage і BEO. Кооператив проводить реалізацію своєї продукції в Африці, Азії, Німеччині, Ірландії, Великобританії, континентальній Європі, на Близькому Сході і в США.

Ornua Ingredients відповідає за закупівлю ірландських і нідерландських молочних продуктів і продаж молочних інгредієнтів виробникам продуктів харчування і клієнтам громадського харчування. Ornua Ingredients підтримується виробничими потужностями в Саудівській Аравії, Іспанії, Великобританії, США, а також командами, які працюють на ринку в Африці і на Близькому Сході.

Основною метою кооперативу є виведення якісних ірландських молочних продуктів на ринки різних країн. Відкриваючи ринки для молочних продуктів, кооператив прагне збільшити вартість ірландського молока і забезпечити значні прибутки ірландським фермерам. Кооперативу належать понад 19 дочірніх компаній по всьому світу. Він є власником відомого бренду Kerrygold. Глобальні продажі і маркетинг молочних продуктів Ornua підтримуються його власними відділами продажів, а також окремими агентами та дистриб'юторами

Кооператив створив міцні ланцюжки поставок на ринки і сьогодні експортує ірландські молочні продукти в більш ніж 90 країн світу. Він став найбільшим в Ірландії експортером молочних продуктів і провідною міжнародною харчовою компанією. Обороти компанії Ornua у 2020 р становив – 2,3 млрд. євро. За останні п'ятдесят п'ять років кооператив перетворився в успішний міжнародний бізнес.

Список використаних джерел:

1. Ornua. URL: <https://www.ornua.com/reports/> (дата звернення: 26.05.2022).

Євчук Л.А.
д.е.н., професор
професор кафедри фінансів і кредиту
ЧНУ ім. П.Могили

МАРКЕТИНГ ПІД ЧАС ВІЙНИ: ТЕНДЕНЦІЇ НА ЧАСІ

Функціонування бізнесу та маркетинг під час війни є викликом для всіх рівнів економіки країни. Завжди в часи криз першого удару по скороченню витрат зазнає маркетинг. Не винятком є й нинішня ситуація військового стану, коли більшість маркетингових активностей в Україні просто зупинилися.

Оговтавшись після перших тижнів війни, бізнес, який має на це можливості, повернувся до роботи. Природньо постали питання маркетингу і просування. Проте, за цей час відбулися різкі зміни ринкового середовища.

1. Скорочення платоспроможності покупців через втрату багатьма людьми роботи.

2. Зміна споживчого попиту через зміни умов життя. Опитування дослідницької компанії Gradus Research виявили рейтинг купівельних інтересів споживачів: продукти харчування, ліки, одяг та взуття, засоби гігієни та догляду, побутова хімія, товари для домашніх тварин, товари для дітей [1].

3. Неможливість довгострокового планування роботи. Постійні зміни ситуації вимагають швидкого коригування дій.

Багато експертів вказують і підприємці розуміють, що війна, як будь-яка криза, не лише несе складнощі, а й відкриває нові можливості для розвитку. Тому, потрібно максимально тверезо і критично оцінити свою ситуацію та почати діяти. Слід максимально адаптувати діяльність бізнесу до нових потреб ринку. Якби це не було важко і звучало дивно, в умовах кризи швидкість реакції на зовнішнє середовище є вирішальною [2]. Пристосування до нових потреб ринку стає основою маркетингової стратегії кожного бізнесу. За свідченням експертів, споживчі звички зазнають значних змін. Ті бренди і компанії, які зможуть їх вловити зараз, після війни лишаться на плаву [3].

Друга важлива складова маркетингової стратегії сьогодні – комунікація з клієнтом. Причому, не має значення купує людина у вас товар сьогодні чи ні. Слід повідомити своїх клієнтів всіма можливими засобами зв'язку, що ви відновили роботу або продовжуєте працювати. Не зайвим буде звернути увагу на аудиторію конкурентів, які зупинили діяльність.

В умовах воєнного стану країни бізнесу вкрай важливо правильно комінікувати зі своїми клієнтами. На підприємцях лежить місія збереження спокою, підтримки відчуття стабільності та надійності в суспільстві [4]. Зі своїми клієнтами необхідно розмовляти за допомогою всіх існуючих платформ. Не для того, щоб щось продати, а для того, щоб підтримати,

надати корисну інформацію, допомогти порадою, поділитися досвідом перебудування бізнесу, розповісти історії людей в компанії, показати, що ви не просто бренд [5]. Після закінчення війни таке ставлення і такі компанії будуть у пріоритеті покупців.

Цінова політика. Рекомендується розпродати залишки старого товару зі знижками для вивільнення коштів, складських приміщень та підприємницької уваги на нові продукти, що відповідають сьогоdnішнім запитам ринку. У той же час, не варто демпінгувати на всіх товарах. Не зважаючи на падіння платоспроможності, суттєве зниження ціни буде виглядати дивним і поселить у споживача сумніви стосовно якості продукту.

Реклама. За свідченням експертів, великі системні бюджети реклами зійшли на нівець і це буде продовжуватися як мінімум до кінця 2022 року. Схожа ситуація з телевізійною рекламою. Поки триватиме об'єднана телемережа, реклами там не буде [3]. Тому в рекламі слід зосередитися на соціальних мережах та контекстній у Гуглі.

При підготовці реклами й контенту потрібно враховувати, що зараз люди сильно перенапружені великими масивами інформації, не будуть звертати увагу на завуальовані меседжі, не читатимуть довгі тексти. Недосконалий естетично, але цінний за змістом контент буде сприйматися позитивніше [2].

Бізнес сьогодні знаходиться у край важких умовах. Задля продовження функціонування підприємцям варто перебудувати свою виробничу та маркетингову політики під потреби нового часу.

Список використаних джерел

1. Що купують українці під час війни – дослідження. URL: <https://gradus.app/documents/201/%D0%A9%D0%BE %D0%BA%D1%83%D0%BF%D1%83%D1%8E%D1%82%D1%8C %D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%86%D1%96 %D0%BF%D1%96%D0%B4 %D1%87%D0%B0%D1%81 %D0%B2%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B8 - %D0%B4%D0%BE%D1%81%D0%BB%D1%96%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F Gradus Research 12042022.pdf> (дата звернення: 22.05.2022).
2. Хлипавка П. Без паніки: як вижити локальному бізнесу в умовах війни // Бізнес район : 2022. Дата оновлення: 30.03.2022. URL: <https://business.rayon.in.ua/news/501552-bez-paniki-yak-vizhiti-lokalnomu-biznesu-v-umovakh-viyini> (дата звернення: 19.05.2022).
3. Дьоміна К. Реклама під час війни // ITForce : 2022. Дата оновлення: 05.04.2022. URL: <https://itforce.ua/uk/blog/reklama-pid-chas-vijni/> (дата звернення: 22.05.2022).
4. Коцофане О. Як бізнесу комунікувати з клієнтами під час війни? Чек-лист // Дія. Бізнес : 2022. URL: <https://business.diia.gov.ua/cases/antikrizovi-risenna/ak-biznesu-komunikuvati-z-klientami-pid-cas-vijni-cek-list> (дата звернення: 22.05.2022).
5. Андрющенко Ю. Маркетинг у воєнний час: як змінюються акценти // AgroDAY : 2022. URL: <https://agroday.com.ua/2022/05/11/marketyng-u-voyennyj-chas-yak-zminyuyutsya-aktsenty/> (дата звернення: 22.05.2022).

Ковальчук О. В.

студентка 2 курсу, факультету міжнародної торгівлі та права
Державний торговельно-економічний університет

МАРКЕТИНГ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ: ВИДИ ТА СПЕЦИФІКА

Зростаюча конкуренція в ринковій економіці посилює як існуючі маркетингові елементи, так і пошук нових ефективних підходів, що в свою чергу призводить до зміни структури маркетингу підприємства. У сучасному середовищі бізнесу необхідно ефективно використовувати маркетингові інструменти для виживання і підтримки своїх позицій у постійно зростаючій конкуренції, а також розширювати спектр послуг, забезпечуючи їх високу якість і бездоганне обслуговування.

Проблемам маркетингу присвячено роботи багатьох вітчизняних та іноземних учених, серед яких, зокрема Божук С., Ковалик Л., Маслова Т., Розова Н., Теор Т., Павленко А. Ф., Войчак А. В., Хершген Х., Гаркавенко С.С., Стрій Л.О., Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Ламбен Ж.-Ж., Келлер К. Л., Котлер Ф.

Електронний маркетинг (e-маркетинг, e-marketing) – ведення маркетингу на основі електронних технологій. Практично це стосується Інтернет-технологій продажу: наприклад, електронної та традиційної комерції, яка використовує засоби Інтернету як допоміжну технологію [1]. Всі знають, що ви можна рекламувати та просувати свій бізнес і продукти, розміщуючи листівки на міських сигнальниках і підписавши оголошення в місцевій газеті, але як щодо того, щоб мати більш сучасні маркетингові стратегії у своєму арсеналі. В цій роботі ми проаналізуємо 5 сучасних маркетингових технологій, які Ви неодмінно повинні знати, включаючи соціальні медіа, електронну пошту та розміщення товарів.

Сьогодні маркетинг електронної пошти – це фантастична стратегія, особливо, коли більшість людей перевіряють свої листи кілька разів на день (якщо телефон вже не робить це для них за допомогою сповіщень). Маркетинг електронної пошти дещо відрізняється від маркетингу соціальних медіа тим, що це більш ефективний спосіб зв'язатися з людьми, які вже займаються вашим брендом, в той час як соціальні медіа більш ефективні в залученні до початкової уваги. По суті, це розсилка електронних листів потенційним клієнтам.

Партнерський маркетинг іноді можна розглядати як менш популярну практику в Інтернеті. Проте, як бізнес, ви можете ввести партнерську програму, щоб заохотити інших веб-майстрів рекламувати свій продукт для вас, в обмін на відсотковий відсоток від кожного продажу, яким вони можуть керувати. Якщо у Вас є корисний продукт або послуга, і Ви можете підібрати належні партнерські тарифи, тоді буде багато людей, які захочуть продати Ваш продукт для Вас. [2].

Інтернет-реклама підпадає під 'рекламну' частину маркетингу, а це означає, що ви повинні платити за використання цієї маркетингової стратегії. В обмін на ваші зароблені гроші, є багато онлайн-платформ, які будуть відображати ваші рекламні оголошення для вас. Наприклад, Google Adwords та Facebook Ads є двома онлайн-рекламними платформами, які дозволяють відображати свої пропозиції до високо-цільової аудиторії та отримувати більше метрик про те, як вони виконують, ніж з будь-якою іншою стратегією. [3]

Ще одна нова стратегія інтернет-маркетингу полягає в оплаті розміщення товарів у роботі творців контенту. Багато YouTube-каналів сьогодні готові включити рекламний продукт у свої відео за певну суму грошей, поки це не турбує їх аудиторію занадто сильно та часто. Знову ж таки, якщо у вас є продукт-убивця, це не повинно бути проблемою. Практика застосування «промокодів» в мережі Інтернет уже давно стала звичною справою. Для покупців – це можливість зекономити та познайомитись з новим товаром чи послугою, а для підприємств – це хороша реклама та приплив нових потенційних клієнтів.

Основна електронна маркетингова стратегія, яку ви повинні знати в сьогоднішній день і вік, це маркетинг соціальних медіа. Використання соціальних медіа-платформ є ефективним безкоштовним і є чудовим способом отримати відгук на компанію чи на конкретний продукт від користувачів соціальних медійних платформ. Ви можете набрати аудиторію по всьому світу з найрізноманітнішими інтересами, без жодних проблем. Головне правило тут – знати межу та не спамити рекламою, а також переконайтеся, що ви обираєте соціальні медіа-платформи, найбільш відповідні вашій організації. Якщо ви продаєте B2C (бізнес-споживач), оберіть такі платформи, як Facebook, Snapchat і Pinterest, тоді як якщо ви продаєте B2B (бізнес-бізнес), оберіть більш консервативні медіуми, такі як Twitter або LinkedIn.[4]

Підсумовуючи вищевикладений матеріал робимо висновок, що існує ряд різних сучасних маркетингових стратегій, які можуть бути використаними для просування бізнесу онлайн. Від соціальних медіа до розміщення продукту на певних проміжних платформах, багато з цих методів не вимагають великих затрат та часу і дають чудові результати.

Список використаних джерел:

1. http://uk.wikipedia.org/wiki/Електронний_маркетинг.
2. Войнич Л. Й. Стратегічний маркетинг як основа сучасної бізнесмоделі. Молодий вчений. 2019. № 3(2). С. 419–423
3. Donthu N., Kumar S., Paul J., Pattnaik D., Strong C. A retrospective of the Journal of Strategic Marketing from 1993 to 2019 using bibliometric analysis. Journal of Strategic Marketing. 2020. P. 1–21
4. Hunt S. D. Strategic marketing, sustainability, the triple bottom line, and resource-advantage (RA) theory: Securing the foundations of strategic marketing theory and research. AMS Review. 2017. Vol. 7. No. 1. P. 52–66

Ларіонов А.А.

студент кафедри економіки підприємства, обліку і аудиту
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Науковий керівник – к.е.н., Радзіховська Ю.М.

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сучасна філософія бізнесу має будуватися на ефективному інструментарії, тобто кожна установа зобов'язана розробити таку стратегію та напрями її реалізації, які дали б змогу підприємству досягати своєї мети на ринку. Таким інструментарієм є комплекс маркетингу – товарна, цінова, збутова та комунікаційна політики [1]. Маркетингова стратегія займає особливе місце серед стратегій підприємства, визначаючи головний напрямок всієї виробничої та збутової діяльності [2]. Кожна стратегія передбачає виконання у часі і просторі певної послідовності кроків для досягнення визначеної цілі. Класифікаційні ознаки формування маркетингових стратегій підприємств представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Класифікаційні ознаки формування маркетингової стратегії підприємства [50, с. 4]

Ознаки класифікації	Види маркетингових стратегій
Термін розробки та реалізації стратегії	Короткострокові, середньострокові та довгострокові стратегії
Позиція підприємства на ринку	Стратегія лідера, претендента на лідерство, послідовника, стратегія для мешканців ніш і для слабого бізнесу
Стан ринкового попиту	Стратегія стимулюючого маркетингу, синхромаркетингу, підтримуючого маркетингу, ремаркетингу та демаркетингу
Загальноекономічний стан підприємства	Стратегія виживання, стабілізації і росту
Метод обрання цільового ринку	Стратегія товарної спеціалізації, сегментної спеціалізації, селективної (вибіркової) спеціалізації, односегментної концентрації та стратегія повного охоплення ринку
Співвідношення відносної ринкової частки підприємства та темпу росту ринку збуту	Стратегія розвитку, підтримання, збирання врожаю та елімінації

Значення маркетингу власне і полягає в тому, що його складові політики – це єдині фактори впливу на поведінку споживачів, які може формувати та реалізовувати установа. Оскільки прибуток формують споживачі та клієнти, то для впливу на них (спонукання до купівлі продукції саме в цій установі, а не в конкурентів), кожне підприємство мусить реалізовувати маркетингову політику. З одного боку, це безпосередньо товарна політика (створення товарів і послуг, які відповідають смакам, потребам та запитам споживачів). З іншого боку, це додаткові фактори впливу на споживача, які реалізує

установа (наприклад, конкурентоспроможна ціна, доступні та ефективні засоби збуту та ефективні комунікації) [4].

Серед визначень, що дають українські та іноземні науковці поняттю “маркетингова стратегія” важко знайти таке, що характеризує усі аспекти його застосування та використання. Зауважимо, що через особливості формування маркетингової стратегії для окремого суб’єкта господарювання не може існувати єдиного підходу до трактування цього поняття. Маркетингова стратегія набуває адаптивної функції та визначає життєстійкість підприємства в сучасних умовах господарювання [5, с. 162].

Тому під стратегією маркетингу підприємства слід розуміти комплекс маркетингових заходів та набір інструментів з їх реалізації, що спрямований на досягнення місії та реалізацію довгострокових цілей підприємства, а також на задоволення існуючих потреб споживачів.

Список використаних джерел

1. Хамініч С.Ю., Мартиросова К.В., Сокол П.М. Маркетингова комунікаційна політика як складова маркетингової діяльності підприємств. *Економічний простір*. 2016. № 107. С. 250-259. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2016_107_26. (дата звернення 23.05.2022)
2. Балабанова Л.В. Маркетинг торговельного підприємства: навч. посіб. Донецьк: ДонНУЕТ. 2008. 620 с.
3. Шульга Л.І. Сучасні маркетингові стратегії управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2020. № 9. С. 1–7.
4. Балабанова Л.В., Бриндіна О.А. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств: моногр. Донецьк: ДонДУЕТ. 2006. 230 с.
5. Ковальчук В.В. Маркетингова стратегія підприємства: суть поняття, особливості формування в сучасних умовах господарювання. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2018. № 9. С. 156–165.

Ніколайчук О.А.

к.е.н., доц.,

зав. кафедри технологій в ресторанному господарстві,
готельно-ресторанної справи та підприємництва

Донецький національний університет економіки та торгівлі імені Михайла
Туган-Барановського

УПРАВЛІННЯ ЛОЯЛЬНІСТЮ СПОЖИВАЧІВ У ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНОГО ТА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

В умовах висококонкурентного ринку готельно-ресторанних послуг, а також нових викликів, що викликані впливом пандемії на всі сфери життя, виникає необхідність трансформації підходів до управління діяльністю готельних та ресторанных закладів. Тому управлінські практики, які

сприяють формуванню, стимулюванню і підтриманню попиту на послуги готельно-ресторанних закладів, формуванню та утриманню лояльності споживачів є важливою умовою забезпечення стабільності доходів і можливості для виживання й подальшого розвитку закладів готельно-ресторанного бізнесу.

Аналіз літературних джерел [1-3] дозволив сформувати базові інструменти, які можуть використати готельні заклади для управління лояльністю та впливу на свій репутаційний рейтинг:

- якісний контент на онлайн ресурсах - якісні, але правдиві фотографії номерів, будівлі, гостьових зон, території, професійно написаний текст, корисна інформація, доступність контактів, реальні контактні дані (для отримання щонайшвидшої відповіді);
- реакція на відгуки, які залишають гості в інтернеті - необхідно регулярно відстежувати відгуки та реагувати на них. Відгуки мають бути персональними, а не від «адміністрації готелю». Чим частіше готель реагує та відповідає на залишені відгуки, тим вище його рейтинг;
- анкетування гостей готелю. Найкраще використовувати інтерактивну анкету, яку можна відпарвляти гостю для заповнення під час його перебування. Анкета може упередити появу негативного відгуку гостя після виїзду, якщо йому щось не сподобалось під час перебування. Готель отримає шанс виправити ситуацію і сформувати лояльність гостя;
- залучення лідерів думок (інфлюенсерів) до формування іміджу готелю;
- мотивування лояльних гостей залишати відгуки на онлайн ресурсах. Отримання зворотного зв'язку в якості негативних відгуків чи відповідей на анкетування необхідно розглядати як отримані підказки для того, щоб звернути увагу і виправити те, що справляє на гостей негативне враження.

Інструменти для підвищення лояльності гостей в ресторанных закладах є наступними:

- бездоганний сервіс. Високий рівень обслуговування - основа ресторанного бізнесу, без якої неможливий успіх. Не тільки якість страв, але й співвідношення розміру порцій і ціни впливає на сприйняття гостя. Потрібно збалансувати ці показники не тільки для контролю витрат, але й задля задоволення відвідувачів;
- індивідуальний підхід. Гості повертаються в ті ресторани, де вони відчують індивідуальний підхід («тепло», «як вдома»). Цей підхід складається з доброго вітання персоналу ресторану, щирої посмішки, іноді і жарту – це залежить від цільової аудиторії закладу. Гості почуваються як удома, якщо господар пам'ятає їхні імена, а офіціант знає улюблені страви і напої.
- отримання зворотного зв'язку. Зворотній зв'язок допомагає визначити недоліки в закладі, дає можливість виправити помилки. Прохання залишити відгук створює у клієнта відчуття цінності і значущості.
- використання програм лояльності. Програми лояльності необхідні для того, щоб клієнти поверталися знову і знову. Однак більшість подібних

програм зазнають невдачі через їх абстрактний характер і неочевидні вигоди для клієнта. Системи автоматизації, такі як Tillyrad, збирають численні дані по відвідувачах - частоту візитів, середній чек, популярні страви і багато іншого. Завдання ресторанного закладу - розробити індивідуалізовану програму лояльності, яка спеціально налаштована для клієнтської бази цього закладу.

- ефективний інтернет-маркетинг. Використання інструментів онлайн-маркетингу дає можливість інформування гостей про події та знижки у ресторанному закладі. E-mail і SMS-розсилки, які персоналізовані для гостя, відмінно працюють на утримання клієнтів. При використанні мобільного додатку потрібно регулярно оновлювати push-повідомлення. Доцільним є використання соціальних мереж, щоб створювати співтовариство з прихильних споживачів.

Таким чином, використання запропонованих інструментів сприятиме формуванню лояльності клієнтів готельних та ресторанних закладів, яка є основою для досягнення задовільних фінансових результатів роботи закладу гостинності.

Список використаних джерел

1. Жегус О. В., Ілляшенко О. В. Управління лояльністю клієнтів у закладах готельно-ресторанного господарства в умовах нових викликів. Проблеми економіки. 2020. №3. С. 118–125. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-3-118-125>
2. Завадинська О. Інноваційні маркетингові методики підвищення лояльності споживачів послуг сфери ресторанного бізнесу. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія Менеджмент соціокультурної діяльності. 2018.
3. Цвілій С.М., Корнієнко О.М. Посткоронавірусна маркетингова політика утримання лояльних споживачів готельно-ресторанного продукту. Вісник ХДУ Серія Економічні науки. 2021. № 42. URL: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2021-42-8>

Радзіховська Ю.М.

к.е.н., старший викладач кафедри економіки підприємства, обліку і аудиту
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

СУЧАСНА МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Просування товару (товаропросування) – це переміщення товарів (матеріалів чи сировини) із сфери їх виробництва до сфери споживання для задоволення купівельного попиту і отримання прибутку. Просуванням товарів у підприємстві, що їх реалізує, займаються маркетингові служби, що співпрацюють із комерційними службами, зусилля яких спрямовані на одержання максимального комерційного результату. Сучасні маркетингові

служби підприємства організують свою роботу за складеними маркетинговими програмами чи розробленими стратегіями [2].

У залежності від того, яке завдання стоїть перед маркетинговою службою вона розробляє і використовує певну маркетингову стратегію, яка є одним із елементів загальної маркетингової програми. Маркетингова програма, у свою чергу, розробляється і корегується у відповідності до тих перспективних цілей, що поставлені перед підприємством на певний період. Таким чином, ефективна організація процесу товаропросування передбачає комплексне поєднання усіх завдань та способів їх досягнення у єдину систему, підпорядковуючи їх стратегічним цілям підприємства [3].

Стратегія – це план будь-якої діяльності, що має описовий характер, розрахований на віддалену перспективу і підвладний поточному корегуванню у відповідності до обставин, що змінюються чи завдань, що стоять перед підприємством. При розробці маркетингової стратегії необхідно враховувати деякі особливості, що відрізняють її від інших планів та програм, що розробляються підприємством (рис. 1).

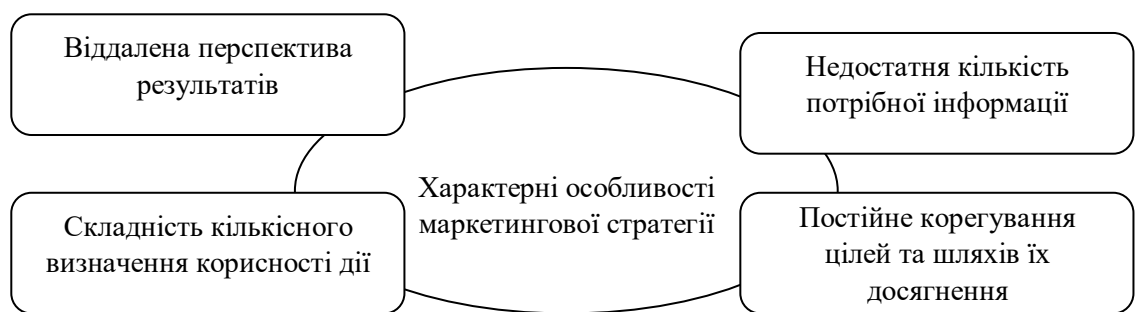


Рис. 1. Характерні особливості маркетингової стратегії [4]

Загальний набір маркетингових стратегій підприємства формується під дією різних чинників. Проте маркетингова служба підприємства розробляє та реалізує цілий набір стратегій, основні із яких наведені на рисунку 2.

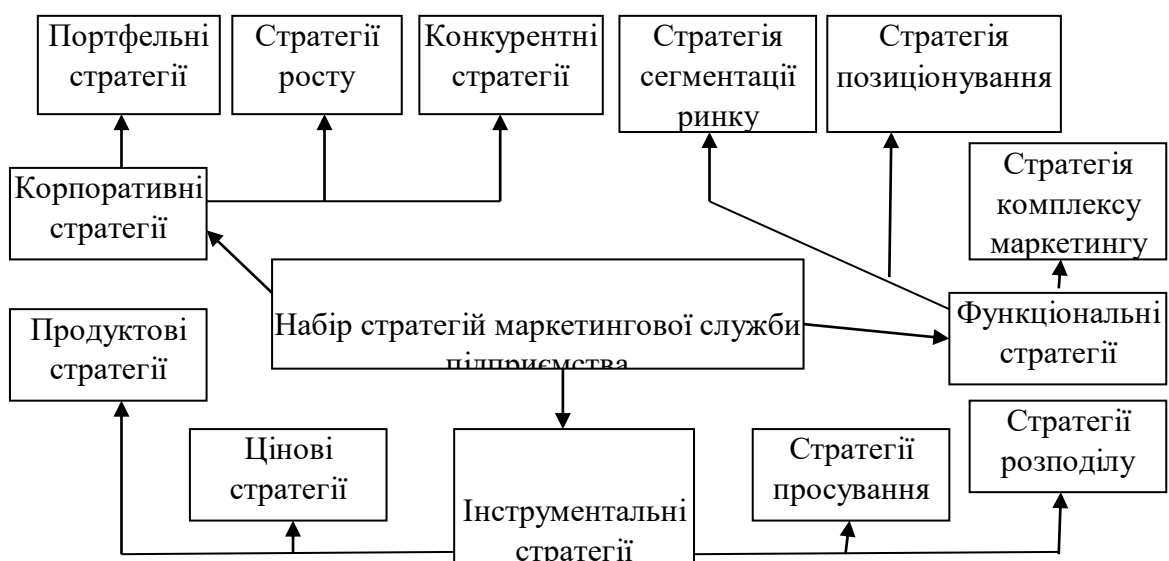


Рис. 2. Основні стратегії маркетингової служби підприємства [1]

У стратегічному портфелі маркетингової служби підприємства стратегії товаропросування займають лише невелику частину витрат. Серед різновидів стратегій товаропросування фахівцями маркетологами виділяються дві основні (класичні) стратегії: стратегія проштовхування товарів (Push Strategy) і стратегія протягування товарів (Pull Strategy).

У стратегії протягування товарів (Pull Strategy) маркетологи основний акцент роблять на активізацію маркетингових засобів впливу на кінцевого споживача товарів. За умови, коли виробники застосовують Push Strategy, ринок набуде характеристик, що є притаманними для “ринку продавця”.

Незалежно від виду сучасна маркетингова стратегія просування товарів являє собою складну комерційно-маркетингово-організаційну систему, що характеризується наступними рисами [5]:

- кожному елементу системи притаманні певні ознаки, що знаходяться у взаємозалежності та логічній послідовності;
- жоден елемент не може “випасти” із загальної системи, тому що уся система не може існувати без нього;
- при зміні однієї стратегії на іншу міняються не окремі елементи, а усі складові системи;
- стратегічна система просування товарів знаходиться у тісному зв’язку із загальною системою усього бізнесу.

Часто потужні підприємства, зважаючи на певні обставини, вимушені застосовувати Pull і Push стратегії одночасно. За таких умов дії підприємства щодо підкріплення застосовуваних стратегій просування готової продукції.

Список використаних джерел

1. Мельник Д.Л. Маркетингова стратегія підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. № 3, Т. 1. С. 213–219.
2. Окландер М.А. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. Київ. 2017. 240 с.
3. Перебийніс В.І., Сердюк Т.М. Системний підхід до маркетингу. *Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. Спец. вип. Маркетингова освіта в Україні*. 2011. № 5. С. 584-592.
4. Петруня Ю.Є., Петруня В.Ю. Маркетинг: навчальний посібник. Дніпропетровськ: Університет митної справи та фінансів. 2016. 362 с.
5. Шевченко Т.М., Шевченко О.А. Маркетингова стратегія підприємства: формування та розвиток в умовах ринкових відносин національної економіки. *Ефективна економіка*. 2020. Вип. 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/6.pdf. (дата звернення 05.05.2022)

Семенда О.В.

к.е.н., доцент

старший викладач кафедри маркетингу

Уманський НУС

ОЦІНКА ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ

У період ринкових трансформацій споживач є ключовим гравцем на ринку товарів/послуг. Диференціація споживчого попиту потребує пошуку напрямів формування конкурентних переваг компаній. У той же час з посиленням боротьби між конкурентами та появою великої кількості брендів з однотипною продукцією виникає потреба у формуванні та підтримці лояльності покупців до продукції компанії. Саме лояльність споживачів є невід'ємним елементом досягнення стабільного обсягу продажу, а отже, одним із стратегічних орієнтирів, що визначають успіх компанії [1].

З'ясувати як клієнти насправді ставляться до певного бренду допоможе NPS (Net Promoter Score) – індекс задоволеності (лояльності) споживачів [2]. Його призначення полягає у визначенні наскільки клієнти готові не тільки продовжувати купувати пропоновані товари та послуги, але й радити своїм друзям чи знайомим.

Концепцію індексу лояльності клієнтів запропонував Фред Райхельд і представив світові в статті 2003 року «One Number You need to Grow» (Harvard Business Review). Невдовзі її було запроваджено компаніями зі списку Fortune 500, а потім вона еволюціонувала в цілу систему управління бізнесом, яка зараз є ключовою ознакою її успіху [3].

Особливість індексу лояльності споживачів в його простоті та ефективності, оскільки клієнтам можна поставити лише одне запитання: «Наскільки ймовірно, що ви порекомендуєте компанію/бренд X друзям?» Респондентам пропонують оцінити ймовірність пропозиції від 0 до 10, де 0 - «не рекомендую»; 10 - «однозначно рекомендую».

За результатами балів опитування споживачів поділяються на групи:

- критики - 0-6 балів – з найменшою лояльністю до компанії, мають негативний досвід і готові залишати негативні коментарі;
- нейтралі - 7-8 балів – не критикують, але не рекомендують бренди іншим, вони не мають емоційної прихильності до компанії і готові піти до конкурента, якщо їхня пропозиція буде більш вигідною;
- промоутери - 9-10 балів – справжні шанувальники бренду та підтримують його позитивний імідж серед своїх друзів, залишають позитивні відгуки, пропозиції на користь компанії.

Розраховується NPS за формула: $NPS = \% \text{промоутерів} - \% \text{критиків}$

Отриманий результат оцінюється орієнтуючись на значення:

- більше 50 - споживачі прихильно відносяться до бренду/компанії, потрібно прагнути зберегти і примножити їх лояльність;
- 30 - 50 - не ідеально, потрібно поборотися за клієнта;

- менше 30 - лояльність споживачів низька, потрібно визначити причини таких результатів та працювати над їх покращенням;
- менше 0 - сигнал про необхідність термінових дій.

Результати порівнюють з ринковими контрольними показниками, щоб визначити, наскільки він позитивний, але найкращий спосіб – порівняти динамічні показники у компанії. З кожним новим періодом показник повинен зростати і покращуватися, як підтвердження руху в правильному напрямку.

Раніше опитування щодо лояльності споживачів проводилися в офлайн-режимі і вимагало ретельної підготовки: складання та друку анкет, відбір та навчання дослідників, опитування користувачів протягом певного періоду часу, ручна обробка результатів і подальший підрахунок. Це був досить складний і ресурсомісткий процес. Наразі опитування може проходити онлайн через онлайн-сервіси [4]. Можна використовувати готові шаблони або створювати опитування з нуля з індивідуальним дизайном. Відповіді обробляються автоматично в режимі реального часу, їх можна переглядати в динаміці та протягом вибраних періодів часу.

Опитування NPS можна поширювати різними способами, обравши найбільш зручний для конкретних цілей:

1. телефонне опитування - у сучасних реаліях такий підхід доступний лише представникам сектору B2B, який має налагоджені партнерські відносини з користувачами. У більшості випадків люди неохоче відповідають на запитання, а вартість такого підходу висока;
2. опитування за допомогою електронних поштових розсилок - переваги такого підходу: поштові витрати будуть дешевшими у порівнянні з іншими каналами, практично необмежені можливості для візуального оформлення та простої реалізації;
3. опитування за допомогою SMS розсилок – цей метод не є візуально привабливим, але все одно дуже ефективний. Якщо немає електронної адреси користувача потрібно спробувати надіслати текстове повідомлення;
4. опитування через Viber - перевагою методу є його візуальна привабливість для користувача. Яскраві повідомлення із зображеннями та кнопками викликають більші емоційні реакції, ніж прості текстові повідомлення, тому шанси отримати якісний відгук збільшуються, головне – побудувати правильний збір результатів і обробити їх;
5. рор-уп опитування на сайті – потрібно опублікувати запитання у привабливо оформленому спливаючому вікні на веб-сайті. Для цього необхідно розробити простий та зручний дизайн опитування, протестувати, а потім запровадити на постійній основі. Позитивним є те, що опитування надасть відповіді та довгострокові корисні інсайти.

Проведення NPS-дослідження набагато простіше, ніж будь-які інші опитування щодо споживчої лояльності - NPS-анкета складається всього з одного питання, на яке користувачеві легко дати вичерпну відповідь, не витрачаючи багато часу, а маркетологу не складно провести розрахунок та інтерпретацію результатів. Завдяки простій реалізації проводити оцінку

можна регулярно (раз на квартал або раз на рік), результати просто відстежувати в динаміці та визначати КРІ для майбутнього розвитку. Сегментація споживачів надає можливість з'ясовувати причини незадоволеності у критиків, мотивувати додатковими бонусами та знижками нейтралів та дякувати промоутерів словами чи знижкою/подарунком.

Розраховуючи та аналізуючи показник NPS, можна отримати інформацію про реальне ставлення споживачів до компанії та послуг, які вона надає. При отриманні та обробці цих даних з'являється можливість працювати над поліпшенням сервісу та популяризацією товарів. Оцінка лояльності споживачів дозволяє скоротити відтік клієнтів, вибудовуючи із ними довгострокові й економічно вигідні відносини.

Список використаних джерел

1. Кузьминчук Н.В., Куценко Т.М., Терованесова О.Ю. Теоретико-методичні аспекти оцінки лояльності споживачів як об'єктивна умова розвитку підприємництва. *Проблеми економіки*. № 1 (39). 2019. С.102-108
2. NPS – індекс споживчої лояльності. URL: <https://www.examinare.com/uk/customer-satisfaction-surveys/nps-net-promoter-score/>
3. Frederick F. Reichheld The One Number You Need to Grow. *Harvard Business Review Home*. 2003. URL: <https://hbr.org/2003/12/the-one-number-you-need-to-grow>
4. Семенда О.В., Корман І.І. Методика проведення маркетингових досліджень поведінки споживачів у віртуальному середовищі. *Věda a perspektivy*. №1(8). 2022. С. 60-71. URL: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-1\(8\)-60-71](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-1(8)-60-71)

Суздаєва Д.А.

студентка 4 курсу, групи М-18

Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького

Науковий керівник: доцент **Корсун І.М.**

МАРКЕТИНГОВА ТА РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Нині складно уявити підприємницьку діяльність без якісної маркетингової та рекламної політики (діяльності), яку застосовують на підприємстві.

Є ряд наукових напрацювань щодо сутності маркетингової діяльності підприємства, та визначення що таке реклама, введено навіть однойменні освітні компоненти при навчанні за спеціальністю 075 «Маркетинг». Тому ми вважаємо актуально продовжити пошуки із окресленої проблематики.

Науковці зауважують, що маркетингова діяльність на практиці втілюється за рахунок п-кількості послідовних кроків, що насправді вже структурою, а в подальшому і системою, тому що до цього процесу

залучаються інституції та діюче законодавство в межах якого повинна здійснюватися підприємницька активність, проаналізуємо, що це за кроки. Відповідно до рисунку 1, складовими маркетингового дослідження є дослідження ринку, зокрема вивчення потреб споживачів, місткість ринку, кон'юнктуру. Наступним кроком є функціональне забезпечення маркетингової діяльності на підприємстві, рис.1.



Рис. 1. Модель маркетингової діяльності

Відповідно до рис. 1.1, наступним, третім кроком моделі маркетингового дослідження підприємства має стати розроблення комплексу маркетингу. Принагідно відзначити, що комплекс маркетингових досліджень, тобто 3-й етап налічує в собі 4 Р: - ціна; товар; місце; просування [1, с. 516].

Порівнюючи два поняття «маркетингова діяльність» і «реклама / рекламна діяльність» можна стверджувати, що маркетингова діяльність є більш ширшим і базовим поняттям, який у своєму функціоналі налічує рекламу, тобто в даному випадку «реклама» є одна із інструментів маркетингу [2].

Таким чином, маркетингова політика дозволяє підприємству:

1. Провести сегментацію ринку і позиціонування товару;
2. Засвоїти життєвий цикл товару;
3. Забезпечити якість і конкурентоспроможність товару або послуги;
4. Зрозуміти сутність брендінгу, засвоїти специфіку упаковки товару, її маркування тощо.

А рекламна діяльність на підприємстві дозволяє залучити нових партнерів, активізувати впізнаваність товару / послуги на ринку цим самим, збільшити обсяги продажів.

Таким чином, з'ясовано, що маркетингова діяльність підприємства не можлива без ефективної реклами. Тому ці два поняття є взаємодоповнюваними.

Вважаємо, що розуміння структурно-логічної схеми взаємозв'язку маркетингової та рекламної діяльності дасть можливість правильно проаналізувати та визначити пріоритети у подальшій діяльності підприємства, з врахуванням VUCA BANI середовища.

Саме цей напрям стане продовженням наукових пошуків з окресленої проблематики.

Список використаних джерел:

1. Маркетинг : підруч. / за заг. ред. д.е.н., проф. М. М. Єрмошенка, д.е.н., проф. С. А. Єрохіна. – К. : Національна академія управління, 2011. – 632 с.
2. Ефективні ділові комунікації і рг в підприємницькій діяльності / Корсун І.М., Костогриз В.Г., Сологуб М.П. // «Ефективна економіка»: Електронне наукове фахове видання Дніпровського державного аграрно-економічного університету. Том 1. № 27. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=9901>

Товстопят В.В.

студентка кафедри економіки підприємства, обліку і аудиту
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Науковий керівник – к.е.н., доцент Бутко Н.В.

ПІДХОДИ ТА ЕТАПИ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Стратегію маркетингу можна описати як детальний план всебічного характеру щодо досягнення маркетингових цілей підприємства [1].

Правильно сформульовані цілі діяльності визначають напрям розробки маркетингової стратегії підприємства, яка уточнюється чи переглядається на основі вчасно здійсненого комплексного маркетингового дослідження. Нині в системі маркетингу існує декілька підходів до розробки стратегії: стратегічна модель Портера, матриця «Дженерал Електрик», матриця можливостей по товарах/ринках, матриця «Бостонської консультативної групи», програма впливу ринкової стратегії на прибуток (PIMS).

Процес розробки маркетингової стратегії підприємства клопіткий та довготривалий. Проте для його вирішення слід скористатися процедурою розробки стратегії маркетингу запропонованої колективом під керівництвом Ф. Котлера, яка передбачає поділ її на певні етапи (рис.1), які відбуваються у певній послідовності.

Для успішного функціонування підприємствам необхідно здійснювати обдумані кроки щодо вибору маркетингової стратегії, які потрібні не тільки під час планування діяльності на перспективу, а й при виборі стратегічних рішень в межах окремих питань, що виникають.

Розробка і формування необхідної стратегії (короткий процес) можливі за рахунок наступних основних етапів [3]:

- пошук та виявлення альтернативних варіантів маркетингової стратегії;
- вибір оптимального варіанту стратегічних рішень;

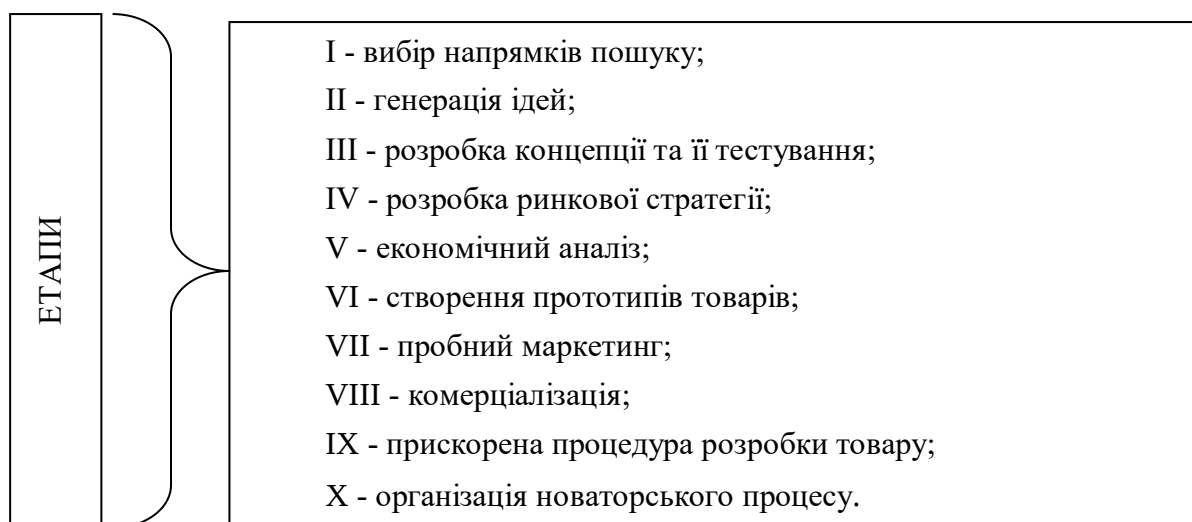


Рис. 1. Етапи розробки маркетингової стратегії за Ф. Котлером

Джерело: складено автором з використанням [2]

- реалізація стратегії в галузі маркетингу;
- здійснення аналізу і корегування маркетингової стратегії.

До розроблення і реалізації маркетингової стратегії підприємства необхідно підходити досить творчо через врахування потенційних можливостей та конкретних особливостей в його діяльності [4]. Можна зауважити, що на практиці обрана стратегія в межах окремого підприємства є унікальною.

Крім того, під час прийняття рішення щодо вибору маркетингової стратегії на підприємстві слід використовувати низку методів, які спроможні оцінити цілі та проаналізувати задачі щодо їх виконання.

Правильне визначення відповідних цілей для підприємства є основою для розробки успішної маркетингової стратегії. Варто зауважити, що цілі мають бути реальними в їх досягненні, а не обмеженими та недосяжними в процесі діяльності.

Отже, будь-яка маркетингова стратегія визначає вектор дій підприємства і щодо споживачів, і конкурентів. Вона є довгостроково-орієнтованою, виступає засобом реалізації маркетингових цілей підприємства, базується на результатах маркетингового стратегічного аналізу, має певну підпорядкованість в ієрархії стратегій підприємства, визначає ринкове спрямування діяльності підприємства, є складовою частиною формування стратегії підприємства, яка має певну логіку, послідовність і циклічність.

Список використаних джерел

1. Куденко Н.В. Дискусійні проблеми сутності і змісту маркетингової стратегії підприємства. *Вісник НУ «Львівська політехніка» «Логістика»*. 2004. № 499. С. 45-56.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс. 1999. 348с.
3. Полонець В. Реалізація маркетингових стратегій: проблемні зони та шляхи їх подолання. *Маркетинг в Україні*. 2014. № 4. С. 7-11.

4. Ціх Г., Крамар І. Особливості вибору маркетингової стратегії. *Галицький економічний вісник*. 2015. № 2 (47). С. 148-157.

СЕКЦІЯ 7. ФІНАНСОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Крушинська А. В.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту, фінансів,
банківської справи та страхування Хмельницького університету
управління та права імені Леоніда Юзькова

ОСОБЛИВОСТІ ПОДАТКОВОГО СТИМУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ

Перспективність розвитку туристичної галузі для економіки України, як країни з багатим туристичним потенціалом неодноразово доводилась вітчизняними науковцями. Разом з тим, можливість її розвитку через механізм запровадження територій пріоритетного розвитку туристичного типу є недостатньо дослідженим. Посилює актуальність стимулювання інвестиційних надходжень той факт, що протягом останніх років не відбулось належного нарощування обсягу інвестицій в економіку України. Так, у 2021 році надходження прямих іноземних інвестицій склали 6,5 млрд доларів США, водночас, обсяг їх надходжень до сусідніх країн був значно більшим.

Не слід оминати увагою і інші аргументи на користь створення територій пріоритетного розвитку туристичного типу, зокрема віднесення туризму до пріоритетних галузей економіки [1] та передбачену законодавством відповідну їх державну підтримку. При цьому, критерії віднесення проєктів до таких, що підпадають під спеціальний режим інвестиційної діяльності, зокрема загальна кошторисна вартість проєкту та розміри мінімальної заробітної плати, є досить високими, що не дозволить отримувати пільги дрібним інвесторам та сприятиме перетіканню капіталу до високоприбуткових галузей. Це, в свою чергу, може створити передумови розвитку окремих об'єктів, але не територій, що для туристичної галузі є особливо важливим.

Щоб індустрія туризму запрацювала, необхідно створити дієвий механізм залучення інвестиційних ресурсів, в якому були б враховані людські, економічні, екологічні та інфраструктурні чинники [2]. На нашу думку, механізмом, який сприятиме надходженню інвестиційних ресурсів в туристичний комплекс міста, в першу чергу, має стати система організаційних та податкових пільг для інвесторів. При чому розміри та структура пропонованих пільг мають носити економічно-обґрунтований характер та передбачати різні сценарії. Оскільки, на сьогоднішній день інвесторам не надаються дієві податкові пільги, дана пропозиція є актуальною, проте її реалізація має ряд перешкод, основна з яких відсутність законодавчо визначених критеріїв для користування пільгами на ТПР. Очевидно, що не всі суб'єкти підприємницької діяльності можуть бути суб'єктами ТПР і отримувати відповідні пільги. Тому необхідно

дотримуватися низки умов, серед яких основними є: реалізація інвестиційних проєктів у пріоритетних видах економічної діяльності (туристична та суміжні види діяльності); затвердження проєктів відповідним органом управління (виконавчий комітет міської ради); укладення договору на реалізацію цього інвестиційного проєкту з відповідним органом управління; розташування та державна реєстрація суб'єкта на ТПР.

Також, пропонуємо дещо модифікувати критерії відповідності інвестиційного проєкту, взявши за основу Закон України «Про стимулювання інвестиційної діяльності у пріоритетних галузях економіки з метою створення нових робочих місць» [3]. З урахуванням того, що туристичний бізнес представлений переважно малим та середнім бізнесом, досягнення мінімальної вартості інвестиційного проєкту у сумах від 500 тис євро до 3 млн євро є недосяжною для багатьох інвесторів, особливо на рівні районних центрів. Фактично, це унеможлиблює здійснення інвестицій місцевим бізнесом, а орієнтовано на крупного інвестора. Пропоновані критерії інвестиційних проєктів: 1) загальна кошторисна вартість перевищує суму, еквівалентну: 500 тис євро - для суб'єктів великого підприємництва; 100 тис євро - для середнього; 50 тис євро - для малого; 2) кількість створених нових робочих місць для працівників, які безпосередньо задіяні у виробничих процесах, перевищує: 75 для суб'єктів великого підприємництва, 25 - для середнього та 10 - для малого; 3) середня заробітна плата працівників не менш як у 2 рази перевищує розмір мінімальної заробітної плати звітного року.

Проаналізувавши можливі податкові пільги, вважаємо за доцільне для ТПР туристичного типу запропонувати інвестиційну податкову знижку, зважаючи на переваги та недоліки застосування даної пільги не лише зі сторони інвестора, а також з огляду на інтереси держави. Очевидно, що інвестиційна податкова знижка, надана суб'єктам туристичного бізнесу, веде за собою певні втрати до бюджету у вигляді недотримання податку на прибуток підприємств у розмірі капіталовкладень, тому її надання має відбуватися з урахуванням цілого ряду особливостей. Серед яких виділимо те, що сума податкових пільг не може перевищувати обсягу фактичних інвестицій; суб'єкти господарювання мають вести окремий податковий облік доходів та витрат від реалізації інвестиційних проєктів в туристичній галузі, що звільняються від оподаткування; сплата податку на прибуток має здійснюватись на загальних підставах за весь період реалізації інвестиційного проєкту у разі, якщо протягом двох років з дня схвалення проєкту недосягнуті установлені критерії, або їх недотримано надалі.

Підводячи підсумки, зауважимо, що створення ТПР туристичного типу є шляхом вирішення, як галузевої, так і територіальної проблеми соціально-економічного вирівнювання, та способом залучення інвестиційних ресурсів. А інвестиційні проєкти мають мати обґрунтовані як критерії відбору, так і критерії надання й продовження пільгового оподаткування з метою мінімізації втрат бюджету та зменшення зловживань з метою отримання

податкових преференцій.

Список використаних джерел

1. Про затвердження переліку пріоритетних галузей економіки: розпорядження КМУ № 843-р від 14.08.2013 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/843-2013-%D1%80#Text> (дата звернення 21.05.2022)

2. Крушинська А. В. Обґрунтування доцільності створення територій пріоритетного розвитку туристичного типу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2014. Випуск 9-1. Ч.4. С. 36-40.

3. Про стимулювання інвестиційної діяльності у пріоритетних галузях економіки з метою створення нових робочих місць : Закон України № 5205-VI від 06.09.2012 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5205-17#Text> (дата звернення 25.05.2022)

СЕКЦІЯ 8. ЕКОНОМІЧНА ТА ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА БІЗНЕСУ

Гайдамаченко О.О.

здобувач вищої освіти

Науковий керівник:

Котковський В.С.

в.о. завідувача кафедри соціально-політичних та економічних дисциплін,
д. е. н. доцент, Криворізький факультет Національного університету
«Одеська юридична академія»

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

У нинішній ситуації фінансово-економічної нестабільності в Україні, що характеризується постійною зміною внутрішнього та зовнішнього середовища, одним із найактуальніших питань є забезпечення життєздатності бізнесу. Існуючі загрози впливають на продуктивність, ефективність використання ресурсів, платоспроможність та фінансову стійкість підприємств і організацій.

Постійно зростаючий бізнес-ризик може призвести до значного погіршення фінансового стану підприємства та призвести до його банкрутства в майбутньому. Це вимагає від кожного суб'єкта розробки та впровадження систем фінансової безпеки. Фінансова безпека підприємства – це «комплексна характеристика стану захищеності фінансових інтересів підприємства і їх узгодженості із наявним потенціалом і заявленими цілями, що дозволяє протистояти різним негативним факторам у процесі фінансово-господарської діяльності» [1, с. 18].

Метою системи оцінки та аналізу фінансової безпеки є виявлення об'єктів, на які впливає певний тип загрози чи ризику. Щоб вибрати найкращий варіант управління ризиками, важливо чітко розуміти, які об'єкти знаходяться під загрозою. Це може бути інформація, це може бути об'єкт, це може бути працівник або керівник підприємства, корпоративний прибуток тощо. Як позитивний вплив зовнішнього середовища слід розглядати технологічні та управлінські інновації, які повноцінно впливають на діяльність всього підприємства.

Компанії можуть використовувати ці інновації для впровадження, а можуть ігнорувати їх, але необхідність розгляду інновацій визначається низкою об'єктивних причин. Завдяки інноваційним процесам з'являються нові методи та засоби виробництва. Це об'єктивно вимагає активного втручання підприємства в інноваційну майстерність, критичний аналіз можливих засобів і методів виготовлення однотипної продукції.

Ще одним позитивним впливом на фінансову безпеку підприємств є різноманітність форм організації виробництва і праці, способів підвищення продуктивності праці. Необхідно враховувати щонайменше дві причини для інновацій у сфері технології виробництва та організації управління

виробництвом, а саме можливість: «знизити витрати виробництва, збільшуючи тим самим прибуток, і отримати конкурентну перевагу на ринку; розширити зайняті сегменти ринку або вийти на нові» [2, с. 62].

Основною метою фінансової безпеки є забезпечення фінансової стійкості та максимальної ефективності діяльності підприємства в поточному періоді та високого потенціалу розвитку в майбутньому, головною умовою якого є здатність протистояти існуючим зовнішнім і внутрішнім несприятливим факторам виникаючих небезпек та загроз.

Існуючі методи управління фінансовою безпекою підприємства недостатньо розроблені науково, організаційно та практично, про що свідчить відсутність обґрунтування поетапної послідовності процесу, принципів реалізації та методичних рекомендацій щодо комплексного розрахунку кількісних та якісних характеристик підприємства. Велика кількість параметрів суб'єктів та зовнішнього середовища спричиняє певні перешкоди для розвитку підприємств у невизначених умовах.

У міру зростання бізнесу потреба в інформації про конкурентів, клієнтів або партнерів встає все більш важливою та актуальною для успіху та стабільної роботи компанії. Насамперед функціональні цілі фінансової безпеки підприємства полягають у забезпеченні високої фінансової ефективності, фінансової стабільності та незалежності бізнесу; високої конкурентоспроможності для забезпечення технологічної незалежності та реалізації технологічного потенціалу суб'єктів господарювання; досягнення високої ефективності менеджменту, оптимальної й ефективної організаційної структури управління бізнесом; досягнення високого рівня кваліфікації персоналу та його інтелектуального потенціалу; мінімізація руйнівного впливу результатів виробничо-господарської діяльності на стан навколишнього середовища; якісна правова захищеність усіх аспектів діяльності підприємства; забезпечення захисту інформаційного поля, комерційної таємниці й досягнення необхідного рівня інформаційного забезпечення робіт всіх підрозділів підприємства та відділів організації; ефективна організація безпеки персоналу підприємства, його капіталу та майна, а також комерційних інтересів [3, с. 185].

Отже, фінансова безпека відіграє значну роль в управлінні підприємством та впливає на ефективність захищеності від внутрішніх та зовнішніх загроз, які завдають безпосередньо фінансової та економічної шкоди підприємству. Для забезпечення ефективної діяльності будь-якого бізнесу необхідно враховувати всі ризики та потенційні загрози при цьому попередити їх настання та не допустити їх руйнівного впливу.

Список використаних джерел:

1. Краснокутська Н.С., Коптева Г.М. Дефініція поняття «фінансова безпека підприємства»: основні підходи та особливості. *Бізнес Інформ*. 2019. №7. С. 14-19.
2. Сусіденко О. В. Фінансова безпека підприємства: теорія, методи,

практика: монографія. К.: Центр учбової літератури, 2015. 128 с.

3. Цвайг Х.І., Галайко Н.В. Загрози фінансовій безпеці підприємства та шляхи їх усунення. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 11. С. 181-185.

Гузь І. І.
здобувачка

Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

ОСОБЛИВОСТІ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В УМОВАХ РИНКОВИХ ВІДНОСИН

Робота присвячена обґрунтуванню теоретичних та методологічних засад оплати праці та розрахунків пов'язаних з нею за сьогоденними умовами господарювання.

В умовах ринкової економіки оплата праці значною мірою впливає на ефективність праці робітників, а отже і на діяльність організації в цілому. Правильна та ефективна організація оплати праці робітників, її форм та систем дозволить підвищити ефективність роботи всього підприємства. Тому дана тема дослідження вважається актуальною. Основне завдання заробітної плати полягає в стимулюванні виробничої поведінки співробітників компанії, спрямувавши їх на досягнення стратегічних завдань, що стоять перед нею. Іншими словами, це означає з'єднати матеріальні інтереси працівників із стратегічними завданнями організації [2, с.85].

Відповідно до статті 1 Закону України «Про оплату праці» заробітна плата – це винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку за трудовим договором власника або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу. Розмір заробітної плати залежить від складності та умов виконуваної роботи, професійно-ділових якостей працівника, результатів його праці та господарської діяльності підприємства [1].

Для оцінки розміру заробітної плати найманих працівників застосовується показник фонду оплати праці, який формується із нарахунків найманим працівникам у грошовій та натуральній формі (оцінених у грошовому вираженні) за відпрацьований та невідпрацьований час або за виконану роботу. Фонд оплати праці (ФОП) — основний економічний показник з оплати праці, що широко використовується у господарській практиці, статистичній звітності, економічному аналізі. ФОП складається з фондів основної й додаткової заробітної плати та інших заохочувальних і компенсаційних виплат.

Мета планування коштів на оплату праці – визначення оптимального розміру фонду заробітної плати, виходячи із планованої результативності господарської діяльності підприємства.

Розглядаючи фінансову політику підприємства, зазначили, що питома вага власного капіталу є низькою величиною. Зміна фінансових ресурсів відбулася за всіма їх видами. У складі короткострокових джерел переважає кредиторська заборгованість. Незважаючи на низьку питому вагу власних фінансових ресурсів, вони характеризуються гарною якістю. Співвідношення інвестиційної та накопичувальної частини власного капіталу показує, що власний капітал в основному сформований за рахунок нерозподіленого прибутку та відрахувань від прибутку до фондів (додатковий і резервний капітал). Недостатність коштів спричинила за собою збільшення активів, профінансованих за рахунок позикового капіталу, що в свою чергу підвищує вартість позикових фінансових ресурсів, так як підвищує витрати на використання позикових коштів (відсотки по позиках) і знижує рентабельність власного капіталу.

Останнім часом для розрахунків із зарплати застосовують банківські платіжні картки. З цією метою підприємство та банк укладають основний договір та договір про розрахунково-касове обслуговування підприємства щодо видачі зарплати з використанням платіжних карток. Підприємство зобов'язує кожного працівника укласти договір з банком на відкриття карткового рахунка.

Важливими завданнями оптимізації високопродуктивної, якісної праці та її гідної оплати є прискорення науково-технічного прогресу, зниження витрат живої праці, механізація трудомістких робіт, поліпшення використання трудових ресурсів, зменшення збитків робочого часу.

Отже, на нашу думку, удосконалення оплати праці на підприємстві матиме вищу ефективність за дотримання таких принципів:

- відповідність заробітної плати ціні робочої сили;
- залежність заробітної плати від кількості і якості праці та від кінцевих результатів роботи підприємства;
- забезпечення переваг в оплаті праці тим працівникам, які роблять найбільший трудовий внесок у виробничі результати підприємства;
- удосконалення тарифної системи та нормування праці;
- відповідальність керівників підприємств за порушення законодавства про оплату праці;
- поєднання індивідуальних інтересів з колективними (за розвитку колективних форм організації праці).

Список використаних джерел

1. Про оплату праці : Закон України від 24.03.1995 р. № 108/95-ВР.
2. Калина А.В. Організація та оплата праці в умовах ринку (аспект ефективності): [навчальний посібник]. 4-е видання / А.В. Калина. К.: МАУП, 2003. 312с.
3. Вітковський В. С. Правові засади організації оплати праці працівників у світлі нового трудового кодексу // Збірник тез за результатами круглого столу з обговорення проекту Трудового кодексу України / За ред. О. А. Ситницької. – Хмельницький, 2011. С. 43–48.

4. Шульгінова Л.А. Науково-теоретичні аспекти регулювання оплати праці. URL: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2011-2/doc/1/09.pdf>. (дата звернення 14.04.2022)

5. Лепьохіна І.О. Теоретичні аспекти формування заробітної плати та її функції. Вісник ЖДТУ. 2011. № 2 (56). URL: <http://eztuir.ztu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4669/1/15.pdf>. (дата звернення 14.04.2022)

6. Реформа оплати праці в Україні: названо основні проблеми. Політека.2020. URL: https://politeka.net/ua/news/economics/786755-reforma-oplaty-truda-v-ukraine-nazvany-osnovnyeproblemy/#goog_618300399. (дата звернення 14.04.2022)

Власюк С.А.

к.е.н., доцент

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Жикол Я.О.

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти

Уманський НУС

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ В АГРАРНІЙ СФЕРІ

Аграрна сфера має специфічне значення в економічному розвитку країни. Роль сільського господарства є ваговою, оскільки вирішує основні завдання щодо досягнення самодостатності у виробництві, забезпеченні продовольчої безпеки та сталого економічного розвитку. Проте, однією з постійних перешкод є обмежений доступ сільськогосподарського сектору до фінансових послуг, що виступає стимулом ефективної діяльності та продуктивності підприємницьких структур аграрної сфери. Обмеженість зумовлена низкою факторів, зокрема просторовою дисперсією потенційних позичальників, потребою в конкретних фінансових продуктах та проблемами управління ризиками.

Виважена фінансова політика в аграрній сфері є необхідним інструментом її розвитку та формується на основі науково-обґрунтованих підходів стратегічного розвитку спрямованого на створення оптимальних умов підвищення темпів фінансово-економічного зростання.

Загалом, фінансова політика роз'яснює ролі, повноваження та відповідальність за важливу діяльність та рішення з управління фінансами в аграрній сфері.

Варто зазначити, що фінансова політика в аграрній сфері знаходить своє практичне значення у фінансових заходах, що виконуються через фінансовий механізм. Фінансовий механізм виступає сукупністю методів і способів організації фінансово-кредитних відносин, які використовуються

для забезпечення ефективних умов діяльності. Фінансовий механізм підприємницьких структур аграрної сфери – система управління фінансовими ресурсами, призначеними для організації взаємодії кредитно-фінансових відносин з метою оптимізації їх прямого впливу на результат діяльності [1].

Критеріями структуризації фінансової політики в аграрній сфері можуть бути: мета та функціональна схема системи управління, а також напрями, форми, складові частини (табл. 1).

Таблиця 1

Структура складових фінансової політики [2]

Класифікаційна ознака	Форма	Складова частина
В залежності від характеру вирішуваних задач	Фінансова стратегія – довготривалий період, розрахований на перспективу і вирішення глобальних задач	розробка прогнозів діяльності
		формування концепцій використання фінансових ресурсів
		обґрунтування принципів організації кредитно-фінансових відносин
		способи організації фінансових відносин
В залежності від елементів вартісних відносин	Бюджетна політика	Пошук альтернативних фінансових ресурсів
		визначення джерел формування доходів держбюджету і місцевих бюджетів
		визначення пріоритетних напрямків витрат бюджету
		визначення меж розбалансування бюджету
		визначення джерел фінансування бюджетного дефіциту
	Податкова політика	визначення принципів взаємовідносин між окремими ланками бюджетної системи
		склад податків
		розмір ставок
		податкові пільги
		штрафи, пені тощо
	Кредитно-грошова політика	забезпечення стійкого грошового обігу
		регулювання рівня інфляції
		забезпечення своєчасності і безперебійності розрахунків
		регулювання діяльності банківської системи
		управління діяльністю фінансового ринку

Отже, фінансова політика в аграрній сфері виступає основою встановлених норм розвитку економіки, що полягає у організації, застосуванні та провадженні сукупності фінансово-економічних заходів, механізмів економічного регулювання у взаємозалежності зі стратегічними пріоритетами країни для активізації трансформаційних процесів

Список використаних джерел

1. Танклевська Н.С. Модернізація фінансового механізму у сфері регіонального агробізнесу. *Агросвіт*. 2020. №15. С. 11-17.
2. Ванькович Д. Теоретико-методологічні засади та механізм реалізації фінансової політики в Україні : автореф. дис.... д-ра екон. наук: 08.00.08 / Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. Львів, 2015. 41 с.

Коцуренко І.В.

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Власюк С. А.

к.е.н., доцент

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Уманський НУС

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРАТ «МХП» В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

ПрАТ «МХП» – агроіндустріальний агрохолдинг, який здійснює діяльність в сфері птахівництва, м'ясопереробки та тваринництва. Вертикальна інтеграція виробництва дозволяє забезпечити чіткий контроль якості та безпеки на всіх етапах – від виробництва до реалізації кінцевому споживачу. Продукція МХП представлена на ринках більш ніж 80 країн світу. До власності МХП відносяться такі бренди як «Наша Ряба», «Qualiko», «Ukrainian Chicken», «Sultanah», «Assilah», «Секрети Шефа», «Kurator», «Легко!», «Бащинський», «РЯБСНІСК» та ін.

ПрАТ «МХП» – найбільший виробник (64% ринку) і експортер (86 % обсягу експорту) курятини в Україні. Найбільший виробник м'яса (41% ринку України), комбікорму (25% ринку) України [1].

З початку повномасштабної війни в Україні ПрАТ «МХП» активно займається благодійністю, але при цьому не забуваючи про своїх працівників, забезпечує робочими місцями та заробітною платою працівників, а державу підтримує вчасною сплатою податків.

Станом на 11 квітня 2022 року було видано 10600 тон благодійної продукції, що у гривневому еквіваленті складає 575 млн грн. Першочергово компанія допомагає: людям, які перебувають в регіонах бойових дій, захисникам та рятувальникам, громадам, лікарням та пологовим будинкам, благодійним установам, які дбають про дітей-сиріт та літніх людей, людям,

які через війну залишилися без дому та засобів існування [2].

На жаль деяким підприємствам МХП довелось тимчасово призупинити діяльність, а саме тим, що знаходяться на території бойових дій. Так, більше місяця МХП забезпечувала операційну діяльність підприємства «Український бекон», підтримуючи постачання сировини та логістику готової продукції. МХП допомагає працівникам з евакуацією (частина співробітників переведена на інші підприємства МХП, надано тимчасове житло). Всім співробітникам виплачено фінансову компенсацію. Наразі МХП активно працює над запуском інших виробничих майданчиків, для забезпечення високоякісною продукцією ТМ Бащинський, яка вироблялася на підприємстві «Український бекон».

Компанія МХП працює на ринку облігацій більше 16-ти років і завжди виконувала свої зобов'язання повною мірою. Зокрема у 2015 році МХП стала єдиною компанією, яка всупереч початку військової агресії РФ на території України, виконала свої зобов'язання перед міжнародними кредиторами у повному обсязі, сплативши 250 млн доларів США. Нещодавно компанія МХП отримала згоду на перенесення виплати відсотків (купонів) на строк 270 днів по трьох випусках Єврооблігацій (2024, 2026 та 2029 років погашення), це в свою чергу допоможе:

- продовжити операційну діяльність, зберегти ліквідність в період військової агресії з боку РФ, зберегти якомога більше робочих місць та забезпечити безперервність роботи в короткостроковій, середньостроковій та довгостроковій перспективі;

- підтримати продовольчу безпеку в Україні, а також вести активну гуманітарну діяльність;

- продовжити весняно-польові роботи кампанії, потреби у фінансуванні якої складають приблизно 160 млн дол. США з березня по червень 2022 року.

Варто зазначити, що ще до війни бренд Наша Ряба – запустив виробництво дитячого харчування з курки за оптимальним рецептом високої якості (без антибіотиків) для малюків віком від 6 місяців 1,5 року, яке дозволено використовувати як перший прикорм, повноцінний раціон чи першу дегустацію м'яса курки. Проте, випуск продукції припав на період війни. Компанія, врахувавши те, що зараз велика кількість дітей знаходиться в складних умовах через бойові дії та через вимушене переселення, вирішила першу партію передати на благодійність. Майже 4,5 тисячі малюків переселенців, в дитячих лікарнях та будинках безкоштовно отримали понад 4 тони дитячого харчування «КОКО» в Київській, Житомирській, Чернігівській, Черкаській, Сумській, Полтавській, Запорізькій, Донецькій та Одеській області [3].

Організовували доставку дитячого харчування «КОКО» благодійні фонди: Фонд «МХП-Громаді», UNICEF Ukraine, Caritas Ukraine, Твоя опора, Фонд Маша, СОС Дитячі Містечка Україна, Благодійний фонд «Коло». Один фонд навіть доставив допомогу у Краматорськ, у той день, коли відбувся обстріл вокзалу [4].

Відповідальне партнерство у бізнесі набуває особливого значення. МХП з перших днів війни працює над налагодженням ефективної співпраці з іншими компаніями. За короткі терміни відновлено роботу з колишніми партнерами та залучено більш ніж 25 нових контрагентів. З перших днів війни було поновлено співпрацю з мережею АТБ, що була зупинена ще з лютого 2021 р.

Співробітники ПрАТ «МХП», захищають країну у складі ЗСУ та ТерОборони (сьогодні їх більше 1000), вони отримують зарплату у повному обсязі. Крім того, у видатках компанія передбачила виплати співробітникам на лікування та реабілітацію у випадку отримання травми чи втрати працездатності, а також матеріальну допомогу сім'ї загиблого співробітника чи загиблого члена родини.

Отже, ПрАТ «МХП» є інноваційно орієнтованим підприємством в різноманітних сферах виробництва, одним з найсучасніших технічно-оснащених в Україні та світі, нарощуючи власні потужності та зміцнюючи власні позиції на фінансовому ринку за рахунок збільшення обсягів виробництва, ділової активності тощо. Проте, військові дії торкнулися багатьох структурних підрозділів. Саме тому, керівництво ПрАТ «МХП» має спрямувати зусилля на максимальну підтримку роботи підприємств, активну участь у роботі економіки України та забезпечення продуктами харчування населення (зокрема надання благодійної продукції тим, хто цього потребує найбільше).

Список використаних джерел

1. ПрАТ «Миронівський хлібопродукт». URL: <https://latifundist.com/kompanii/51-mironovskij-hleboprodukt>
2. Офіційний веб-сайт МХП. Електричне джерело. URL: <https://mhp.com.ua/uk/glorytoUkraine>
3. Понад 4,5 тисячі малюків отримали безплатне дитяче харчування від відомого виробника курятини. URL: <https://www.presscenter.company/ponad-45-tysyachi-malyukiv-otrymaly-bezplatne-dytyache-harchuvannya-vid-vidomogo-vyrobnyka-kuryatyny/>
4. Поруч із найменшими: "Наша Ряба" запустила дитяче харчування і першу партію передала на благодійність. Сьогодні. URL: <https://hub.segodnya.ua/ua/hub/economics/ryadom-s-samymi-malenkimi-nasha-ryaba-zapustila-detskoe-pitanie-i-pervuyu-partiyu-peredala-na-blagotvoritelnost-1615215.html>

Лаврова-Манзенко О.О.

к.е.н., доцент

доцент кафедри економіки підприємства, обліку і аудиту
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

ПОДАТКИ ПІД ЧАС ВІЙНИ

24 лютого 2022 року на територію України вторглися російські війська. Розпочалася неспровокована повномасштабна війна. Панічні настрої спричинили практично одномоментне припинення господарської діяльності багатьма суб'єктами господарювання – люди або тікали з країни чи принаймні своїх місць, або розгублено чекали, що весь жах скоро припиниться. Через тиждень до населення прийшло розуміння, що без функціонування економіки перемога стане неможливою, а тому всі ті підприємства, що могли відновити свою діяльність почали працювати. Спочатку неповний день або на мінімумі виробничих потужностей, а з часом – все активніше. Мова не йде про той бізнес, котрий став критичним для оборони чи інфраструктури, а про тиллові підприємства та буденні види економічної діяльності.

Багатьом управлінцям довелося переглянути фундаментальні основи діяльності власних підприємств, бізнес-моделі, асортиментну та кадрову політику тощо. Дуже швидко більшість підприємців зіштовхнулися з проблемою нестачі ресурсів та обігових коштів. Для підтримки бізнесу в таких складних умовах вже 15 березня 2022 року було прийнято Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо адміністрування окремих податків у період воєнного, надзвичайного стану» [1]. Даним Законом було передбачено збільшення граничного обсягу доходу для застосування спрощеної системи оподаткування до 10 млрд. грн. за минулий звітний рік та можливість переходу на спрощену систему вже з 01 квітня 2022 року. Крім того, було запроваджено пільгову ставку оподаткування для третьої групи платників єдиного податку – 2% замість ставок 3% та 5%. Представники малого та мікробізнесу (платники єдиного податку 1 та 2 груп) перейшли на фактично добровільну сплату податків. Також було прийнято низку критичних послаблень точкового характеру, зокрема скасовано ПДВ та мито при імпорті палива, нарахування роботодавцями ЄСВ відносно мобілізованих працівників, скасовано ПДВ, акциз та митні платежі при ввезенні автомобілів тощо.

Вже 01 квітня даний Закон довелося корегувати (зміни набрали чинності 16 квітня) в частині формальних складових. Весь цей час електронні сервіси ДФС працювали певними перебоями: подана звітність в електронних кабінетах платників податків могла відображатися некоректно, особливо її статус, а головне – практично не працював Єдиний реєстр податкових накладних з ПДВ. За таких умов органами ДФС було прийнято рішення про

ненарахування практично всіх штрафних санкцій та пені, а також мораторій на податкові перевірки. По суті, ці норми і так діяли на території України у зв'язку з оголошеним карантинном, але в умовах війни податковий контроль було максимально ослаблено.

Вже на початку травня голова Комітету Верховної Ради України з питань фінансів, податкової та митної політики Данило Гетьманцев розгорнув кампанію з відновлення податкових перевірок та збільшення базових ставок основних податків в Україні. В результаті, 12 травня прийнято Закон України №2260 «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо особливостей податкового адміністрування податків, зборів та єдиного внеску під час дії воєнного, надзвичайного стану» (набрав чинності 27 травня 2022 року) [2]. Даним Законом передбачено відновлення реєстрації податкових накладних та частини податкових перевірок. Ці зміни носять обґрунтований характер та є об'єктивною необхідністю для функціонування багатьох підприємств. А от ідеї збільшення ставок за багатьма податками викликали в суспільстві суттєву полеміку.

З одного боку – зростання податкового навантаження неминуче в умовах колосальних витрат та витрат державного бюджету, а з іншого – зростання податкового тиску може припинити функціонування тих залишків бізнесу, що ще працюють під час війни. Сучасна війна в Україні не має аналогів, оскільки має гібридний, геноцидний та турбулентний характер. Але, на жаль, світовий досвід війн надзвичайно багатий.

Під час Першої світової війни у Великобританії також було реалізовано політику зростання податкового навантаження – ставки податку на прибуток підприємств зросли щонайменше вдвічі, за прогресивною шкалою. Такі заходи мали подвійний позитивний ефект – наповнили бюджет та скоротили купівельну спроможність населення, а це стримало гіперінфляцію. Водночас, рівень добробуту населення досяг історичного мінімуму, проте економіка країни встояла. Аналогічний досвід має і США в часи Другої світової війни. Тоді вимушеним заходом стало запровадження прогресивної шкали максимальних ставок податку на доходи фізичних осіб. Для окремих осіб його рівень сягав 94%. Більше того, такі високі ставки податку утримувалися ще 10 років після закінчення війни [3].

Отже, підвищення податків, як і зростання інфляції в Україні неминуче. Проте воно не має носити шокового характеру. На наш погляд, зростання ставок податків має носити постійний і рівномірний характер – принаймні по 1% на місяць за всіма бюджетоутворюючими податками. Це забезпечить поступове зростання надходжень до бюджету, хоча і меншими темпами, ніж це необхідно, та, водночас, дозволить бізнесу адаптуватися до зростання податкового тиску.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо адміністрування окремих податків у

період воєнного, надзвичайного стану» № 2120 від 15.03.2022. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text> (дата звернення: 02.06.2022).

2. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо особливостей податкового адміністрування податків, зборів та єдиного внеску під час дії воєнного, надзвичайного стану» № 2260 від 12.05.2022. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2260-20#Text> (дата звернення: 02.06.2022).

3. Як збалансувати податки під час війни. Урядовий кур'єр. URL : <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/yak-zbalansuvati-podatki-pid-chas-vijni/> (дата звернення: 02.06.2022).

Пулик Діана

Студентка факультету управління та економіки
ХУУП ім. Л. Юзькова

КЛАСИФІКАЦІЯ БІЗНЕС — ПРОЦЕСІВ В ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ

У сучасних умовах розвитку підприємництва та зростання кількості бізнес — проектів, планування та організація діяльності бізнесу викликає достатньо великий науковий інтерес. З метою поліпшення якості управління та кінцевого продукту/послуги в цілому, актуальним залишається питання класифікації бізнес процесу. Узагальнення підходів до класифікації процесів дасть змогу чітко визначити потрібний напрям роботи для підприємців. У своїх тезах я пропоную коротко розглянути поняття бізнес — процесу, сформоване сукупністю сучасних умов та види його класифікації.

Бізнес — процес - це взаємопов'язана послідовність дій, в результаті яких створюється новий продукт/послуга, або проводиться аналіз діяльності всіх співробітників. Коротко кажучи — це інструмент для вирішення задач бізнесу, те, що ви робите в процесі своєї роботи/діяльності. Якщо ви маєте підприємство, в ньому за замовчуванням відбуваються бізнес — процеси. Можливо, вони не формалізовані та не зовсім чітко працюють, але вони мають місце бути. Навіть елементарна виписка рахунку — це бізнес процес. Будь яка дія, яка виконується в ході діяльності компанії — його можна описати у вигляді бізнес — процесу.

Опис бізнес — процесу. Як і будь яка дія в компанії, опис (формалізація) повинен мати кінцеву мету. Співробітник, відповідальний за виконання бізнес — процесу, матиме чітку картину того, що потрібно робити і який результат має бути в підсумку. Розглянемо основні характеристики бізнес — процесу:

- Чітка та досяжна мета: вона може змінюватись, проте на початковому етапі має бути формулювання

- Опис без зайвої “води” - тільки факти, необхідні для досягнення поставленої мети. Потрібно мати чек — лист з описом всіх етапів роботи, яку потрібно проробити.

- Закріпити задачу за конкретним співробітником/співробітниками. Кожний в команді має розуміти, який етап закріплений за ним. При цьому важливо робити акцент на ключових моментах, що допоможе зменшити рівень можливих помилок.

Одна з найпоширеніших на практиці бізнесу типологій будується залежно від класифікації галузей діяльності, згідно якої діяльність компанії підрозділяється на поточну діяльність та діяльність з розвитку. **Поточна діяльність** спрямована на розробку, виробництво і надання продуктів (послуг) споживачеві. А **діяльність з розвитку** націлена на створення майбутніх продуктів (послуг) та на поліпшення діяльності організації в перспективі[4].

Поточна діяльність підрозділяється на **основну**, в рамках якої здійснюється виробництво та надання продуктів (послуг) споживачам, і **забезпечує, або підтримує**.

Для класифікації бізнес-процесів можуть використовуватися різні підходи. Розглянемо такі:

- Класифікація за категоріями споживачів результатів виконання процесу:

- зовнішні процеси (входи утворені зовнішніми суб'єктами, виходи призначені для зовнішніх споживачів);

- внутрішні процеси (постачальник і споживач знаходиться всередині організації, є її структурним підрозділом або посадовою особою).

- Класифікація по сфері охоплення підрозділів організації :

- корпоративні процеси, що охоплюють всю організацію (їх кількість може досягати 6-10);

- процеси, що охоплюють частину підрозділів і орієнтовані на конкретні види продукції.

Класифікація бізнес-процесів за місцезнаходженням щодо функціональних областей:

- внутрішньофункціональні;
- міжфункціональні;
- бізнес-процеси, що існують в будь-якій функціональній області.

- Класифікація за рівнем розгляду:

- верхнього рівня;
- детальні;
- елементарні (операції, які не потребують детального опису).

- Класифікація за типом реалізованих цілей і завдань:

- основні бізнес-процеси;
- допоміжні бізнес-процеси;
- бізнес-процеси розвитку;
- бізнес-процеси управління.

Внутрішньофункціональні бізнес-процеси [1] зазвичай знаходяться всередині функціональних областей та унікальні для них. До таких процесів відносяться:

- інженерні дослідження (проведення наукових досліджень; визначення технології виробництва продукції; управління підвищенням ефективності виробничого процесу);

- продажу та маркетинг (виявлення потенційних клієнтів і осіб, що приймають рішення, визначення потреб клієнтів, аналіз конкурентів, просування продуктів і послуг, проведення рекламних заходів, управління продажами);

- виробництво (придбання матеріально-технічних цінностей, виробництво продукту, надання додаткових послуг підтримки продукту);

- бухгалтерський облік та фінанси (формування бюджету, створення фінансових документів, сплата податків та зборів, ведення бухгалтерського обліку);

- управління персоналом (визначення вимог до кандидатів, підбір персоналу, навчання та атестація персоналу, нарахування заробітної плати, управління мотивацією).

Міжфункціональні бізнес-процеси - це бізнес-процеси, що вимагають координованої роботи різних структурних одиниць організації. До них відносяться такі процеси, як створення нового продукту, розробка концепції розвитку компанії, виконання клієнтських договорів.

Бізнес-процеси, що існують в будь-якій функціональній області - це процеси планування, контролю та аналізу виконання доручень, посадових обов'язків і реалізація бізнес-процесів, що знаходяться в зоні відповідальності, наприклад: контроль виконання доручень вищого начальника; планування закупівель, планування виробництва, планування продажів; аналіз виконання плану продажів, плану виробництва, плану відвантаження товарів.

Бізнес-процеси за характером продукту [4]:

- Виробничі - процеси, продуктом діяльності яких є виробництво товарів та послуг, що споживають зовнішні клієнти

- Адміністративні - серія послідовних заходів по виконанню адміністративних задач, продуктом діяльності яких є надання послуг по координуванню погоджених дій організаційної структури та всіх бізнес-процесів організації

У межах обраної теми варто проаналізувати критерії та моделі оцінювання бізнес-процесів підприємства, що в майбутньому дасть змогу агрегувати показники стратегічного та тактичного оцінювання ефективності управління підприємствами і стане підґрунтям для розроблення інструментів оцінювання економічної ефективності керуючої системи суб'єкта господарювання із застосуванням процесно структурованого підходу.

Список використаних джерел

1. Біловодська, О. А. Економічне обґрунтування реінжинірингу бізнес-процесів виробничих підприємств [Текст] : монографія / О. А. Біловодська. – Суми: Мрія-1, 2010. – 440 с.
2. Управление крупным предприятием [Текст] : монография / А. В. Козаченко, А. Н. Ляшенко, И. Ю. Ладыко и др. ; под общ. ред. Н. А. Будагьянца]. – К. : Либра, 2006. – 384 с.
3. Ареф'єва, О. В. Бізнес-процеси підприємств сфери послуг: фактори, формування, конкурентноспроможність [Текст] : [монографія] / О. В. Ареф'єва, Т. В. Луцька; Європейський ун-т. – К. : Вид. Європейського ун-ту, 2009. – 96 с.
4. Porter, M. E. The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance [Text] / M. E. Porter. – NY: Free Press, 1985. – 540 p

Sochinska Mariia,
Uman National University of Horticulture

INSURANCE IN FORCE MAJOR SITUATIONS

In connection with recent events, the issue of insurance in extreme conditions caused by force majeure, in particular, the payment of insurance indemnity during martial law, has become particularly relevant.

According to Article 1 of the Law of Ukraine "On the Legal Status of Martial Law", martial law is a special legal regime imposed in Ukraine or in certain localities in case of armed aggression or threat of attack, threat to state independence of Ukraine, its territorial integrity and provides Relevant state authorities, military command, military administrations and local self-government bodies have the necessary powers to avert the threat, repel armed aggression and ensure national security, eliminate the threat to Ukraine's state independence, territorial integrity, and temporary constitutional constraints. and freedoms of man and citizen and the rights and legitimate interests of legal entities, indicating the term of these restrictions [1].

Almost every contract contains a section that defines the force majeure circumstances that are the basis for release from liability for failure to fulfill obligations under the contract.

Therefore, it is advisable to understand the essence of the concept of force majeure and what circumstances can be called force majeure. Force majeure circumstances (force majeure circumstances) are extraordinary and unavoidable circumstances that objectively make it impossible to fulfill the obligations under the terms of the contract (contract, agreement, etc.), obligations under legislative and other regulations, namely: threat of war, armed conflict and related situations (including, but not limited to, hostile attacks, blockades, embargoes, actions of a foreign enemy): general military mobilization, military action, declared and undeclared war, riots, acts of terrorism, sabotage, piracy, riots, invasion, blockade, revolution, revolt, uprising, mass riots, curfew, quarantine imposed by the Cabinet of Ministers of Ukraine, expropriation, forcible seizure, seizure of enterprises,

requisition, public demonstration, strike, accident, illegal actions, illegal , fire, explosions, long breaks in the work of transport, regulated by the provisions of relevant decisions or acts of state bodies authorities, closure of sea straits, prohibition (restriction) of exports / imports, etc., as well as circumstances caused by exceptional weather conditions or natural disasters - epidemic, severe storm, cyclone, hurricane, tornado, storm, flood, snow accumulation, ice, hail, frost, freezing of the sea, straits, ports, passes, earthquakes, lightning, fire, drought, subsidence and landslides, other natural disasters, etc. 2 st. 141 of the Law of Ukraine "On Chambers of Commerce and Industry of Ukraine") [2].

In accordance with Part 1 of Art. 141 of the Law of Ukraine "On Chambers of Commerce and Industry of Ukraine", the Chamber of Commerce and Industry of Ukraine and its authorized regional chambers of commerce certify force majeure (force majeure) and issue a certificate of such circumstances within seven days from the date of application economic activity. Certificate of force majeure (force majeure) is issued free of charge for small businesses [2].

In connection with the imposition of martial law on the territory of Ukraine on February 24, 2022, the Chamber of Commerce and Industry of Ukraine on February 28, 2022 decided to certify the military aggression of the Russian Federation for all business entities and / or individuals under the agreement against Ukraine by force majeure (force majeure).

Article 617 of the Civil Code of Ukraine provides that a person who has violated the obligation is released from liability for breach of obligation if he proves that the breach occurred as a result of accident or force majeure [3].

Also, according to the provisions of Article 218 of the Commercial Code of Ukraine, unless otherwise provided by law or contract, the business entity for breach of economic obligation is economically liable, unless it proves that proper performance of the obligation was impossible due to force majeure, ie extraordinary and unavoidable circumstances under these conditions of economic activity.

Thus, in connection with the recognition by the Chamber of Commerce and Industry of Ukraine of the military aggression of the Russian Federation against Ukraine as a force majeure circumstance (force majeure), the parties may terminate the obligations due to their inability to fulfill them contractual obligations.

Therefore, in order to avoid possible unpleasant (negative) situations in the future, the parties must determine from the outset what will be considered a force majeure, what will confirm (certify) the occurrence of such a circumstance, the deadline for notifying the other party of such circumstances.

References:

1. Law of Ukraine "On the legal status of martial law" of 24.05.2022 № 2259-IX.
2. Law of Ukraine "On Chambers of Commerce and Industry of Ukraine" of 02.12.1997 № 671/97-VR.
3. Civil Code of Ukraine of January 16, 2003 № 435-IV.
4. Economic Code of Ukraine. Article 218 [Electronic resource]: Access mode: <https://i.factor.ua/ukr/law-56/section-332/article-7475/>.

СЕКЦІЯ 9. МЕТОДИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

Григорук В.С.

здобувач вищої освіти за спеціальністю 072 Фінанси, банківська
справа та страхування на магістерському рівні

Науковий керівник: **Булат Г.В.**, к.е.н., доцент кафедри
менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування
Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова

СУЧАСНИЙ СТАН ДЕРЖАВНОГО АУДИТУ В УКРАЇНІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ

На сьогодні, через економічну кризу, особливо актуальним є моніторинг основних напрямів надходжень та правильне використання державних ресурсів. Реалізація ефективної політики у сфері державного аудиту посідає важливе місце у процесі регулювання економічного розвитку та контролю країни. Тільки належне застосування новітніх форм державного фінансового контролю, надасть можливість створити необхідні передумови для здійснення в державі ефективної економічної політики та забезпечить виконання бюджетних програм.

Державний аудит є однією з форм державного фінансового контролю. Його необхідно розуміти, як інструмент державного управління, чітку систему та безперервний процес, який направлений на оцінку достовірності фінансової інформації та підвищення ефективності використання бюджетних коштів [1].

Науковець Кравченко Ю.П. зазначає, що державний аудит діяльності бюджетних установ – це оцінка діяльності бюджетних установ і ефективності здійснення ними управління бюджетними коштами та майном, перевірка даних бухгалтерського обліку й фінансової звітності цих установ з метою надання висновку про їх достовірність і дотримання установами затверджених стандартів обліку і контролю, та оцінка рівня відповідності діяльності бюджетної установи вимогам законодавства [2].

Слободяник Ю.Б. визначив, що державний аудит – це вид контролю, що проводиться спеціалізованим органом, наділеним особливими конституційними повноваженнями і спрямований на визначення відповідності управління суспільними ресурсами встановленим критеріям [3].

Таким чином, державний аудит – це різновид державного фінансового контролю, що полягає у перевірці та аналізі органом контролю фактичного стану справ щодо законного та ефективного використання державних чи комунальних коштів і майна, інших активів держави, правильності ведення бухгалтерського обліку і достовірності фінансової звітності [5].

Особливістю державного аудиту є прогнозування та аналітичні можливості, що сприяє відбору найбільш ефективних стратегій та стандартів та ефективне використання національних ресурсів країн. Метою проведення державного аудиту є його дієвість, результативність та виявлення порушень, що виникають під час перевірки проведених державними аудиторами.

Завдання аудиту державних фінансів ускладнюються від зростання обсягів надходження та витрачання фінансових ресурсів суб'єктів економічної діяльності та безперервні зміни характеру витрачання коштів суб'єктами економічних відносин.

Чинним законодавством України визначено, що державний аудит здійснюють два державних органи: Рахункова Палата України та Державна аудиторська служба. Закон України «Про Рахункову Палату» чітко визначає, що орган здійснює державний аудит та контроль через проведення фінансового аудиту, аудиту ефективності, експертизи, аналізу та інших контрольних заходів [4].

Державна аудиторська служба України реалізує державний фінансовий контроль через здійснення державного фінансового аудиту, перевірки і моніторингу державних закупівель та контролю за станом внутрішнього аудиту [5].

На сучасному етапі розвитку державного аудиту в Україні є недосконалою, що призводить до фінансових порушень та неефективного використання бюджетних коштів. Тому важливим є реформування державного фінансового контролю для збільшення державних коштів, зменшення правопорушень, що сприятиме покращенню соціально-економічному становищу в країні. Тому для подальшого впровадження державного аудиту в діяльність органів державного фінансового контролю необхідно: забезпечити безперервне функціонування системи регулювання аудиторської діяльності, створення єдиної концепції розвитку системи контролю державного аудиту, внесення змін до законодавчої та нормативно-правової бази у сфері державного аудиту, розроблення навчальних програм за міжнародними стандартами.

Підсумовуючи викладене, можна стверджувати, що організація контролю та виконання державного аудиту є важливою складовою державного фінансового контролю в Україні, оскільки займає вагоме місце в діяльності та ефективності бюджетних установ та підприємств, дотриманням ними законодавчих актів, стандартів обліку та контролю.

Список використаних джерел

1. Будник Л.А. Класифікація державного аудиту. *Економіка і суспільство*. 2016. Вип. 2. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/2_ukr/118.pdf
2. Кравченко Ю.П. Ризикоорієнтований підхід у державному фінансовому аудиті та інспектування діяльності бюджетних установ: дис. канд. економ. наук: 08.00.09. Київ.: 2016. 304 с.

3. Слободяник Ю. Б. Види і форми державного аудиту. *Бізнес Інформ*. 2013. № 4. С. 351–356.

4. Закон України «Про Рахункову палату» від 11.07.1996 р. №316/96-ВР. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/576-19>

5. Закон України «Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні» від 26.01.1999р. № 2939-XII. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2939-12>.

Гриник О. І.

викладач кафедри економіки, обліку та оподаткування
Вінницький навчально-науковий інститут економіки ЗУНУ

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ АУТСОРСИНГ: СУТНІСТЬ ТА ПОНЯТТЯ

На сьогоднішній день в Україні все частіше постає питання стосовно нових інструментів оптимізації витрат підприємства, розвитку бізнесу і економіки держави. Одним із засобів управління підприємства є аутсорсинг. Аутсорсинг виступає одним із важливих засобів залучення інвестицій в державу, він дає можливість компаніям сфокусуватися на досягненні стратегічно-важливих цілей підприємств, а також збільшити прибутковість. Питання сутності аутсорсингу, його ефективності управління підприємством широко розглянуті в сучасній економічній літературі як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, а саме Б.А. Анікіна, Дева Дойла, Роджера Комрасса, Дж. Хейвуда, Д.М. Михайлова та інші.

В узагальненому виді під аутсорсингом йдеться про залучення діяльності спеціалізованих фірм (організацій) для раціонального і ефективного вирішення проблем підприємства шляхом делегування прав на виконання (реалізацію) певного процесу (передача контракту на «сторону»). Зміст досліджуваного бухгалтерського аутсорсингу полягає в тому, що зовнішня компанія (аутсорсер) бере на себе обов'язки та відповідальність щодо виконання функцій бухгалтерської служби на підприємстві замовнику.

Взагалі бухгалтерський аутсорсинг – це передача, частково або повністю, функцій організації та ведення бухгалтерського обліку, складання та подання звітності за межі підприємства стороннім фахівцям [1]. Таким чином, при використанні аутсорсингових послуг у підприємства зменшуються адміністративні витрати, пов'язані з веденням поточного обліку і формуванням річної звітності, а також з придбанням інформаційних технологій, основних засобів, з підвищенням кваліфікацій, працівниками бухгалтерій, тощо. Ще однією з головних вигод, яку отримують усі клієнти бухгалтерської аутсорсингової компанії - договір страхування професійної відповідальності перед компанією клієнтом. Це означає, що компанії, що користуються бухгалтерськими аутсорсинговими послугами застраховані від впливу “людського фактору” [3].

Перевагою бухгалтерського аутсорсингу також розглядається можливість залучення працівників управлінської структури до виконання інших видів діяльності на підприємстві.

Бухгалтерський аутсорсинг включає послуги з відновлення та ведення бухгалтерського обліку, складання фінансової звітності, оптимізації податкових платежів та інших відрахувань. Тобто бухгалтерський аутсорсинг втілює у собі комплексне бухгалтерське забезпечення компанії спеціалістами профільної сторонньої організації. На практиці бухгалтерський аутсорсинг може охоплювати часткове або повне делегування процесу ведення бухгалтерського обліку. До складу цих послуг входить, як правило, складання та подання фінансової публічної звітності, у яких акцент ставиться на проблематиці забезпечення релевантності інформації, що розглядається як гарантія якості ведення обліку. В теорії і на практиці бухгалтерський аутсорсинг розділяють на два види: ведення бухгалтерії повністю; виконання послуг з ведення окремих ділянок бухгалтерського обліку, наприклад облік доходів, розрахункових операцій, податків та ін. [2].

Основними вигодами від використання бухгалтерського аутсорсингу є:

- концентрація підприємства на його основній діяльності;
- зменшення витрат на оплату праці та витрат, пов'язаних з веденням бухгалтерського обліку;
- уникнення втрат, пов'язаних з некваліфікованою роботою бухгалтерів;
- зменшення витрат на оснащення робочих місць та утримання працівників бухгалтерського обліку;
- підвищення швидкості прийняття управлінських рішень;
- економія часу та витрат, необхідних для взаємодії з контролюючими та фіскальними установами [1].

Бухгалтерський аутсорсинг набуває дедалі більшого практичного впровадження на вітчизняних підприємствах, оскільки цей інструментарій об'єктивно містить у собі організаційні переваги та фінансові вигоди для підприємства замовника, прояв яких особливо стає очевидним в сучасних кризових умовах та поширення практики віддаленої роботи. Раціональність цього варіанту надання якісних бухгалтерських послуг зі сторони аутсорсирів має і практичні проблеми, які насамперед стосуються урахування специфіки функціонування конкретного підприємства. Разом з перевагами отримання кваліфікованого бухгалтерського обслуговування, бухгалтерський аутсорсинг має і певні недоліки, зокрема недостатні приписи щодо нормативно-правового регулювання відповідальності виконавців. Практика впровадження такого виду послуг потребує глибокого аналізу репутаційності аутсорсингової компанії.

Аутсорсинг бухгалтерських послуг стає економічно ефективним для тих підприємств, які досягають успіху за рахунок економії часу та матеріальних ресурсів, особливо в реаліях світової кризи, причиною якої стала пандемія. В умовах тотальної нестачі фінансових коштів та необхідності в урізанні

робочих місць, переходу на дистанційний режим ведення бізнесу аутсорсинг став універсальним рішенням більшості критичних питань.

Список використаних джерел

1. Ляхович Г.І., Павленко О.В. Переваги та недоліки бухгалтерського аутсорсингу 2017. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/06/20-1.pdf> (дата звернення 15.05.2022)
2. Бухгалтерський аутсорсинг. URL: <https://gc.ua/uk/buxgalterski-poslugi> (дата звернення 22.05.2022)
3. Вигоди та переваги бухгалтерського аутсорсингу. URL: <https://zkg.ua/buhhalterski-posluhy/vyhody-ta-perevahy-posluh-zbuhhalterskoho-autsorsynhu> (дата звернення 23.05.2022)

Іванова Н.А.

к.е.н. доцент

доцент кафедри обліку і оподаткування
Уманський НУС

ПРОФЕСІЙНИЙ СКЕПТИЦИЗМ: ОСНОВА АУДИТУ

Аудитор повинен дотримуватися професійних стандартів, які вимагають належного використання професійного скептицизму під час представлення обґрунтованої думки щодо заяви про впевненість у фінансовій звітності компанії. Використання аудиторами професійного скептицизму є важливим для якості аудиту.

Сьогодні зростає інтерес до використання аудиторами професійного скептицизму з різних причин, включаючи масштабне бухгалтерське шахрайство, підвищення складності операцій, розширене використання суб'єктивних оцінок і справедливої вартості в бухгалтерському обліку, аудиторські звіти, які пояснюють недоліки аудиту через відсутність професійного скептицизму, а також постійно зростаючий попит споживачів на надійність і довіру фінансової звітності.

Скептицизм лежить не тільки в основі аудиту, він знаходиться в основі більшості аудиторів, що не очевидно для сторонніх спостерігачів, враховуючи безліч різноманітних закликів до аудиторів бути більш скептичними, особливо коли існує тиск на строки та бюджети, а працювати належним чином стає проблематично.

Компанії добре усвідомлюють це, використовуючи аналітичні досягнення в психології поведінки, особливо ті, що стосуються різних форм упередженості, щоб включити елементи контролю та балансу в систему, з метою гарантувати, що скептицизм дійсно є послідовним впродовж аудиту та в межах усієї практики.

Скептицизм походить від грецького «skeptikos», що означає «допитливий або вдумливий». Бути скептиком часто асоціюється з питанням, уважним спостереженням, досліджуванням роздумом і призупиненням віри.

Професійний скептицизм включає в себе властивості скептиків у професійному середовищі, яке вимагає належної уваги та стандартів догляду. Коли ми розглядаємо трактування професійного скептицизму в американських та міжнародних стандартах аудиту та в академічній літературі, ми знаходимо споріднені, але різні визначення. Наприклад, міжнародні й американські стандарти аудиту акцентують увагу на питанні та критичній оцінці аудиторських доказів. Однак ці терміни є дещо неоднозначними, і існують різноманітні тлумачення того, що означає демонструвати сумнівний погляд або критично оцінювати аудиторські докази.

Дослідження аудиторського скептицизму, хто відповідає за те, як його можна покращити, і що компанії роблять для його просування є основними проблемами у світі.

Примітне, що професійний скептицизм підпорядковується роботі аудиторів – без нього аудит мало цінний. Проте бажанню використати відсутність скептицизму для всебічної класифікації всього, що не так в аудиті чи фінансовій звітності, необхідно протистояти. Просто закликати до «більшого скептицизму» нереально або корисно. Аудитори не можуть і не повинні продовжувати опитування безкінечно.

Крім того, існує спільна відповідальність за скептицизм – професійний скептицизм мають демонструвати всі професійні бухгалтери, а не лише аудитори. Зокрема, самі укладачі фінансової звітності повинні бути налаштовані скептично, перш ніж передавати інформацію зовнішнім аудиторам. Аудиторські служби та внутрішні аудитори повинні критично оцінювати свої дії, контроль, який вони впроваджують, і якість інформації, яку вони створюють, перш ніж вона буде передана зовнішнім аудиторам.

Бути скептичним означає не прийняти першу відповідь як належне, не відстежуючи запитання, навіть якщо відповідь здається реалістичною. Однак скептицизм також означає не задавати «невизначених» питань, оскільки фактичний аудит має терміни. Це про те, щоб ставити правильні запитання та знаходити відповіді, знати, коли рухатися далі.

Підвищення рівня професійного скептицизму, що використовується на практиці, є важливим способом покращення якості аудиту, але в професійній літературі бракує практичних вказівок щодо правильного застосування та документування професійного скептицизму. Загальне розуміння дозволило б фахівцям з аудиту виявити, повідомити та продемонструвати рівень професійного скептицизму, що відповідає відповідним ризикам, і дозволить регуляторним органам справедливо оцінити, після факту, ступінь застосованого скептицизму.

Пасека А.О.

студентка кафедри економіки підприємства, обліку і аудиту
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Науковий керівник – к.е.н., доцент Бутко Н.В.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ

Поняття «продуктивність» слід розглядати як загальний показник, що описує ефективність застосування ресурсів для виготовлення продукції. Однак сучасні економічні дослідження показують, що точно визначити роль і питому вагу витрат певних ресурсів, що використанні в процесі виробництва продукції, досить важко. За цих умов для визначення ефективності використання трудових ресурсів у виробничій діяльності підприємства найчастіше використовують показник продуктивності праці, хоча це не означає, що тільки праця є джерелом продуктивності [1, с. 81].

Відповідно до рекомендацій Міжнародної організації праці (МОП) виокремлюють поняття «продуктивність» та «продуктивність праці», які дещо різняться за своє сутністю.

Продуктивність – це ефективність використання ресурсів – праці капіталу, землі, матеріалів, енергії, інформації – під час виробництва різних товарів і надання послуг [2, с. 36]. Вона показує утворений зв'язок між кількістю і якістю виготовленої продукції чи наданих послуг і затраченими ресурсами в процесі виробничої діяльності. Крім того продуктивність надає можливість порівнювати виробництво між окремими підприємствами в їх межах, організаціями, секторами економіки з ресурсами, які використані. Вища продуктивність суб'єкта підприємництва означає збільшення обсягу виробництва продукції за тих самих витрат.

А поняття «продуктивність праці» показує ступінь ефективності процесу праці, де вихідною категорією виступає праця.

Праця – це доцільна, свідома, організована діяльність людей, спрямована на створення матеріальних і духовних благ, необхідних для задоволення суспільних і особистих потреб людей [3, с. 382]. Варто зауважити, що зміст і характер праці зазвичай залежать від рівня розвиненості продуктивних сил і відносин, які складаються у процесі виробництва.

Виділяють два види праці: конкретну (доцільно спрямована діяльність людини, результатом якої є створення певної споживної вартості) та абстрактну (витрати людської енергії, частка затрат суспільної праці безвідносно до тієї конкретної форми, в якій вона здійснюється).

Крім того розглядають ще категорію «змістовність праці», на основі якої визначають рівень складності, різноманітності трудових функцій, що виконують працівники, їх самостійності в організації трудового процесу на підприємстві.

Також в системі виробничих відносин можна визначати характер праці через виокремлення її ознак. Тому існують загальні й часткові ознаки праці, рис. 1.

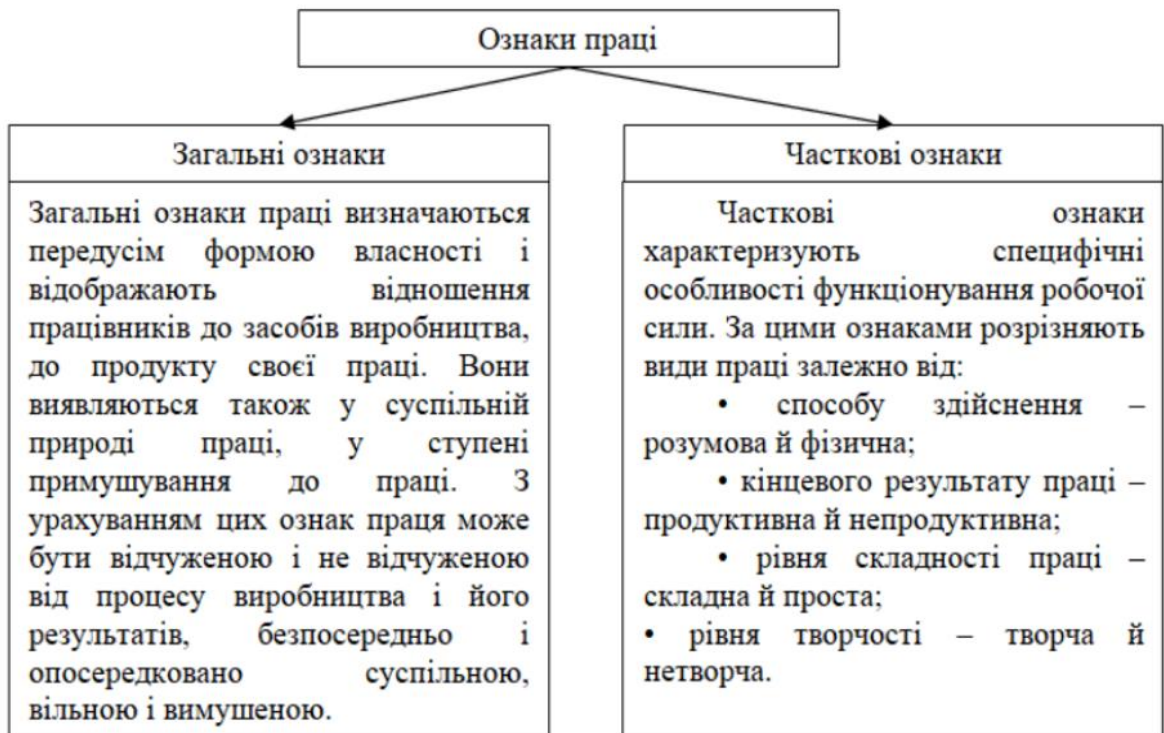


Рис. 1. Ознаки праці в системі виробничих відносин

Варто зауважити, що зміст і характер праці постійно мають тісний взаємозв'язок, адже вони взаємообумовлюються та змінюють один одного в процесі розвитку продуктивних сил і суспільних відносин у виробництві.

Розглядаючи економічну сутність поняття «продуктивності праці», потрібно передусім пам'ятати, що праця затрачена у виробничому процесі певної продукції, складається з живої (тієї, що витрачається в цей момент виготовлення продукту) та минулої (тієї, що уречевлена у раніше створеній продукції) праці.

Тому, продуктивність праці – це ефективність затрат конкретної праці, яка визначається кількістю продукції, виробленої за одиницю робочого часу, або кількістю часу, витраченого на одиницю продукції [4]. Відповідно економічний показник, що її характеризує показує співвідношення обсягу вироблених матеріальних або нематеріальних благ та відповідно кількості затраченої на це праці. Коли мова йде про зростання продуктивності праці, то слід розуміти, збільшення виготовленої кількості продукції за певну одиницю відведеного часу.

Список використаних джерел

1. Ведернікова М.Д. Нормування праці : навч. посібник. Львів: «Науковий світ–2000», 2012. 372 с.

2. Буряк П.Ю., Карпінський Б.А., Григор'єва М.І. Економіка праці й соціально-економічних відносин : навч. посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 440 с.

3. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудові відносини: Підручник. К.: Знання, 2006. 559с.

4. Турбаєвська Л.О. Головні проблеми визначення понять продуктивності та ефективності праці. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). 2013. № 2(2). С. 287-294.

Підченко В.В.,

здобувач вищої освіти на бакалаврському рівні факультету управління та економіки Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова

Науковий керівник - Булат Галина Володимирівна, доцентка кафедри менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова, кандидатка економічних наук

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ ЕНЕРГЕТИКИ

Сучасні умови господарювання ставлять перед вітчизняними підприємствами нові завдання, які неможливо вирішити без використання сучасних методів та технологій планування, обліку, контролю, економічного аналізу та підтримки прийняття рішень. Всі перераховані вище елементи системи стратегічного менеджменту ґрунтуються на ефективному інформаційному забезпеченні, тобто на отриманні, переробки та аналізі інформації. Подібна точка зору ґрунтується на твердженні, що інформаційне забезпечення корпоративного управління та стратегічний менеджмент є єдиною системою, яка не обмежується відносинами між директорами та зовнішніми зацікавленими особами, а розглядає повний спектр корпоративних відносин, включаючи відносини, що виникають усередині компанії у процесі розробки корпоративних стратегій та реалізації планів стратегічного розвитку. Процеси стратегічного управління вимагають надійної інформаційно-аналітичної бази у вигляді комплексів стратегічних даних, звітів про діяльність підприємства та його поточний потенціал, інформацію про зовнішнє середовище, прогнозні даних тощо. Підсумковим результатом процесу стратегічного управління є стратегічні рішення, які передбачають реакцію підприємства існуючі або очікувані зміни зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства. Для підвищення економічної ефективності стратегічних рішень організація повинна мати своєчасну

інформацію, яка б допомагала оцінити вплив політичних, економічних, соціальних, технічних, екологічних та інших факторів на її конкурентоспроможність у майбутньому.

Закордонна та вітчизняна практика господарювання в умовах жорсткої конкуренції, нестабільності ринкової кон'юнктури, обумовленої динамізмом зовнішнього середовища, в якому працюють підприємства, трансформує традиційні підходи до процесу управління, адаптуючи їх до нових умов, заснованих на дії ринкових сил. У нових умовах опинились і підприємства енергетики, де відбулася зміна системи відносин власності, демонополізація галузі тощо. Така ситуація, безумовно, потребує збільшення обсягу знань, актуалізує значення інформації та вимагає нових підходів до її отримання, обробки та зберігання. Тому виникає необхідність введення такої економічної категорії, як стратегічна інформація, яка, на нашу думку, є комплексною системою даних і відомостей, отриманих із зовнішнього та внутрішнього оточення підприємства, пройшли відповідну аналітичну обробку та підготовлені для конкретного та певного використання у процесі стратегічного управління з метою зменшення невизначеності щодо умов функціонування для прийняття стратегічно вірних управлінських рішень.

З огляду на відсутність єдиного підходу до класифікації стратегічної інформації ми спробували систематизувати все наявне різноманіття видів інформації і об'єднати їх у кілька класифікаційних угруповань, у яких критеріями класифікації виступають різні категорії (таблиця 1).

Таблиця 1

Класифікація та характеристика інформаційних потоків, що використовуються у процесі стратегічного менеджменту на підприємствах енергетики

Види стратегічної інформації	Об'єкти аналізу	Джерела інформації	Методи аналізу інформації
Стратегічна інформація про макросередовище організації	Уряд, державні органи влади та органи місцевого самоврядування; громадські організації; міжнародні організації; політичні партії; НДІ	Законодавство, спеціальні джерела інформації, ЗМІ, конференції, виставки, ярмарки, результати досліджень та розробок	Стратегічний аналіз, PEST-аналіз, SWOT-аналіз, бенчмаркінг
Стратегічна інформація про мікросередовище організації	Споживачі; постачальники; конкуренти; партнери	Огляди періодики, результати досліджень консалтингових компаній та НДІ, власні дослідження, аудит	Бенчмаркінг, SWOT-аналіз, PIMSаналіз, модель п'яти сил Портера, галузевий аналіз концепції «мережа цінностей», матриця Ансоффа, матриця АДІ, матриця МКК, матриця Маккінзі, матриця БКГ, матриця Шелл, матриця Д. Абеля, матриця оцінки можливостей, метод вивчення життєвого циклу, самооцінка, аудит, експертна оцінка, процедура РРАР
Стратегічна	Підсистеми	Форми звітності,	Аудит, самооцінка, SWOT-

інформація про внутрішнє середовище організації	підприємства; процеси виробництва та управління	внутрішня нормативна документація, протоколи випробувань, акти обстеження, власні НДДКР	аналіз, концепції «мережа цінностей», система збалансованих стратегічних показників, методи порівняльного аналізу, аналітичні та експертні методи оцінки, QFD, FMEA, систематизований пошук, морфологічний аналіз, статистичні методи контролю якості
---	---	---	---

Примітка. Систематизовано автором за даними [1-3].

Отримані результати мають оцінюватися щодо поставлених цілей. Оцінку та аналіз необхідно здійснювати регулярно з певною періодичністю, щоб мати можливість визначити тенденції, а також оцінити зусилля організації щодо досягнення поставленої мети. Результати аналізу та обробки інформаційних даних повинні бути використані для виявлення можливостей постійного вдосконалення, інновацій та навчання, а також стосуватися оцінки раніше виконаних покращень, включаючи аспекти застосовності, гнучкості підходу та швидкості реагування щодо бачення та цілей організації. Ретельно вивчені та проаналізовані дані здатні допомогти організації у досягненні запланованих результатів.

Таким чином, стратегічна інформація, сформована в процесі обробки численних даних, є невід'ємним елементом процесу стратегічного управління, що сприяє прийняттю ефективних управлінських рішень щодо довгострокових стратегій розвитку підприємств енергетики. Систематизація стратегічної інформації залежно від етапу процесу стратегічного управління допоможе у здійсненні вибору найбільш оптимального методу збору та обробки інформації для досягнення максимальних результатів.

Список використаних джерел:

1. Ліпич Л.Г., Хілуха О.А., Кушнір М.А. Інформаційне забезпечення стратегічного вибору. *Економічний форум*. 2021. № 1(1). С. 134-141.
2. Фатенок-Ткачук А. Організація обліково-аналітичного забезпечення процесу формування стратегії розвитку підприємства. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2015. №2. С.82-88.
3. Шурпенкова Р. К. Стратегічний аналіз як складова процесу управління підприємством. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2015. № 2(112). С. 96-99.

Ревуцька А.О.

к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки Уманського НУС

Белак О.М.

магістр 1 курсу, 11м-е групи, кафедри економіки Уманського НУС

ТЕОРЕТИЧНА СУТНІСТЬ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ

Система управління якістю — це засіб організації, спрямування та контролю діяльності, що впливає на якість. Загалом кажучи, він складається з організаційної структури та планів, процесів, ресурсів і документів, для досягнення певних цілей у сфері якості, забезпечення вдосконалення продуктів і послуг, а також задоволення вимог споживачів.

Система управління якістю застосовується до всіх аспектів управління компаніями будь-якого розміру, таких як маркетинг, продаж і фінансова діяльність. Стандарти системи управління якістю не слід плутати зі стандартами на продукцію. Більшість організацій, які не знайомі з концепцією системи управління якістю, особливо ті, які не знайомі зі стандартами серії ISO 9000, плутатимуть поняття якості продукції або послуг з концепцією управління якістю. Застосування стандартів на продукцію, стандартів системи менеджменту якості та методів покращення якості є засобом підвищення задоволеності споживачів і конкурентоспроможності компанії. Ці інструменти не є взаємовиключними.

Система управління якістю згідно ISO 9001 - це система, заснована на вимогах чинної версії стандарту, тобто на основі ISO 9001:2000. Основними ключовими документами, що входять до стандартів ISO серії 9000, є [1]: ISO 9000, який встановлює поняття, принципи, основні положення та термінологію системи управління якістю; ISO 9001, який визначає вимоги, які необхідно виконати; ISO 9004, який є настановою для постійного вдосконалення організації в цілому; ISO 19011, який є «керівником» щодо здійснення аудиту систем менеджменту якості (та системи екологічного менеджменту).

Завдяки своїй універсальності стандарти серії ISO 9000 використовуються у всіх сферах виробництва та обслуговування.

Впровадження системи управління якістю принесе компанії наступні переваги: покращення діяльності компанії та підвищення її продуктивності; зосередження на цілях компанії і очікуваннях клієнтів; підтримка та досягнення якості продукції та послуг, щоб задовольнити вимоги клієнтів і задовольняти їх передбачувані потреби; впевненість у досягненні та підтримці встановленої якості; наявність доказів клієнтам і потенційним покупцям, що ваша організація може задовольнити їхні вимоги; опанування нових ринкових переваг або забезпечення стабільності зайнятих сегментів ринку; проведення реєстрації/сертифікації; можливість конкурувати на тій же

основі, що й великі організації (наприклад, можливість брати участь у торгах або подавати цінові квоти) [1].

Сертифікація — це офіційне визнання розробленої системи управління якістю іншими організаціями. У деяких країнах сертифіковані системи управління якістю вважаються зареєстрованими, а замість «сертифікований» використовується термін «зареєстрований». Сертифікація (реєстрація) не є обов'язковою вимогою, пов'язаною з впровадженням стандарту ISO 9001, але деякі клієнти компанії можуть її вимагати. На рішення про сертифікацію (реєстрацію) також може вплинути діяльність факторів зовнішнього середовища організації, а саме конкурентів, контролюючих та законодавчих органів [2].

ISO 9001:2000 формується з восьми принципів управління якістю, а саме:

1. Орієнтація на клієнта. Організації залежать від своїх клієнтів, тому вони повинні розуміти свої поточні та майбутні потреби.
2. Лідерство. Менеджери встановлюють єдність цілей і діяльності організації.
3. Участь працівників. Співробітники всіх рівнів становлять основу організації, і їх повна участь дозволяє їм використовувати свої здібності для пошуку вигод для компанії.
4. Метод процесу. Якщо діяльністю та відповідними ресурсами керувати як процесом, очікуваних результатів можна досягти більш ефективно.
5. Системний підхід до управління. Виявлення, розуміння та управління взаємопов'язаними процесами як цілою системою.
6. Постійне вдосконалення. Постійне вдосконалення організації в цілому слід розглядати як безперервну мету організації.
7. Прийняття рішень на основі фактів. Ефективні рішення приймаються на основі аналізу даних та інформації.
8. Взаємовигідні відносини з постачальниками. Організації та їх постачальники взаємозалежні, а взаємовигідні відносини підвищують здатність обох сторін створювати вартість [2].

Отже, можна стверджувати, що якість гарантує конкурентоспроможність продукції. Цей показник включає технічний рівень товару та корисність продукту для споживачів через функціональні, соціальні, естетичні, ергономічні та екологічні характеристики. У цьому випадку конкурентоспроможність визначається як сукупність якісних і вартісних характеристик, які продукт може задовольнити у потребах споживачів, а також вартість придбання та використання товару, або експлуатаційні витрати на продукт.

Список використаних джерел:

1. Кузьмін О.Є. Теоретичні та прикладні засади менеджменту: *Навч. посіб.* –2–е вид. доп. і перероб. / Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. –Львів: Національний університет “Львівська політехніка”(Інформаційно–видавничий центр “Інтелект+” Інституту післядипломної освіти), “Інтелект–Захід”, 2016. – 352 с.

2. Борщевський П.П. Структурно-динамічні проблеми розвитку промисловості України на сучасному етапі та шляхи їх вирішення/ Борщевський П.П., Прядко В.В // Економіка промисловості України. Зб. наук. пр. – К., 2016. – С. 11 – 22.

Сіденко Н.В.

студентка

Черкаський державний бізнес-коледж

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Останні роки для національної економіки були особливо нестабільними, оскільки під час поширення коронавірусного захворювання та впровадження загальнонаціонального карантину, який охопив весь цивілізований світ, економіка не тільки вітчизняна, а й міжнародна зазнала нещадної рецесії. Тож, наразі постають нові проблеми в управлінні сучасними підприємствами в умовах кризи.

Під час запровадження локдауну було накладено такі головні санкції на ведення бізнесу як: заборона роботи для кафе, ресторанів і барів, окрім доставки та замовлень на виніс; закриття торгово-розважальних центрів, непродовольчих ринків; скасування будь-яких масових заходів. Усе це постало серйозною перепорою для ефективного управління підприємствами.

Найбільш несприйнятливі до вищеперерахованих обмежень виявились малі підприємства, що за час пандемії розділились на 4 категорії в організації своєї роботи: повна заборона праці; заборона праці при прийманні клієнтів; санкціонована праця за визначених домовленостей; повністю дозволена діяльність.

Урядом було запроваджено систему підтримки бізнесу, яка дозволить максимально зняти фінансове навантаження на підприємців. До цієї системи належать:

- Кредитні канікули. Повне або часткове звільнення від сплати тіла кредиту на час карантину з відповідним подовженням позики. Капіталізація відсоткових платежів. Заборона введення штрафів і пені;

- Податкові преференції. Обмеження застосування деяких штрафів за порушення податкового законодавства. Спрощення системи обліку та впровадження нульової ставки акцизного податку для державних підприємств, які виробляють дезінфектори на основі спирту;

- Підтримка роботодавців і працівників сфери малого та середнього бізнесу. Власникам малого та середнього бізнесу, які мають найманих працівників, надавалась допомога по частковому безробіттю;

- Підтримка агробізнесу. Уряд виділив 4 млрд. грн. на програму підтримки аграріїв у 2020 році, та 4,7 млрд. грн. у 2021 році;

• Інформаційна підтримка бізнесу. Щоб вести справи в умовах карантину, бізнесу пропонується користуватися державними послугами й інформаційними ресурсами онлайн [1].

Поява COVID-19 помітно вплинула на економіку багатьох країн світу. Першим етапом на реагування бізнесу на пандемію можна вважати 2020 рік. Так у першій половині 2020 року в Україні відбувалася девальвація гривні, курс долара піднявся на 16%, число безробітних зросло на 415 тисяч осіб. Однак за розрахунками Державної служби статистики України протягом трьох кварталів 2020 року валовий внутрішній продукт стабільно збільшувався з 845 829 млн. грн. у першому кварталі до 1 156 797 млн. грн. у третьому кварталі за фактичними цінами.

Другий етап реагування базувався на очікуваннях невизначеності та виникненні можливих збоїв процесів протягом багатьох місяців. У цей період організації відновлювали впевненість у майбутньому, гарантуючи, що відповідні заходи забезпечать стійкість і фінансову незалежність, а також здатність адаптуватися до викликів ринку.

За даними Держстату, економіка України за 9 місяців 2021 року засвідчила лише 2,2% річного зростання, що не покриває минулорічного падіння (-4%). За 9 місяців 2021р. на інвестиції в основний та оборотний капітал було спрямовано лише 10,1% ВВП (минулого року 7,5%), тоді як у середньому по групі країн з ринками, що формуються у 2020-2021 рр. цей показник становив 24% ВВП. У порівнянні чисельності безробітного населення в першому та четвертому кварталах 2021р., їх кількість знизилася на 94 тис. [2].

Окрім державного сприяння, власники підприємств вимушені були швидко створювати власні стратегії відновлення й тактики «виживання» для малого та середнього бізнесу, а саме: тотальна оптимізація витрат у всьому; перемовини щодо зняття чи зменшення оренди, відстрочення по кредитах на період карантину; намагання зберегти ключових працівників шляхом переорієнтації бізнесу та дотацій із власних кишень; лише вимушене часткове звільнення або зменшення зарплати; адаптація бізнесу до нових умов (наприклад, заклади харчування вводили доставку й самовивіз продукції; івент-індустрія – заходи онлайн); переведення бізнесу в онлайн-формати: управління, комунікація з клієнтами, реклама) [3].

Використання модифікованого підходу в моделюванні сценаріїв, стрес-тестування та планування на випадок непередбачуваних подій допомагають визначати зміст і критичність окремих кризових фаз ковіду. А забезпечення ефективної структури планування допоможе бізнесу більш ефективно надавати свої послуги під час затяжних несприятливих умов і підтримувати свій стійкий фінансовий стан для подальшого функціонування та розвитку.

Список використаних джерел

1. Програма підтримки бізнесу. *Кабінет Міністрів України*. URL: <https://covid19.gov.ua/prohramy-pidtrymky-biznesu>.

2. Данилишин Б. Підсумки 2021 року та завдання на 2022 рік. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/12/31/681125/>

3. Штогрін І. «Вижити у карантин»: як рятується малий і середній бізнес і чого очікує від держави. *Радіо Свобода*. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/karantyn-biznes-zbytky-dergava/30523993.html>

Уманська В.Г.

к.е.н., доцент

доцент кафедри економіки підприємства, обліку і аудиту
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Стратегія є базовим поняттям у теорії стратегічного управління, оскільки саме вона є об'єднуючим механізмом цілей, можливостей (потенціалу) та умов (зовнішнього середовища). Базуючись на цілях бізнесу, вона визначає засоби, за допомогою яких підприємство може перетворити свої стратегічні наміри в ринкові переваги, взаємодіючи з факторами зовнішнього впливу, без цього його ефективна адаптація до стратегічних змін в умовах невизначеності і мінливості середовища неможлива.

За таких умов, особливо важливу роль відіграє правильно сформована економічна стратегія підприємства. Адже на її основі також розробляється подальший план діяльності всієї організації. Оскільки економічна стратегія підприємства знаходиться на одному ж рівні з іншими стратегіями підприємства, то вони є взаємопов'язаними поняттями. Це означає, що ефективність реалізації однієї, впливає на ефективність організації іншої.

Формування економічної стратегії підприємства повинно ґрунтуватися на дії базових принципів, які притаманні будь-якій стратегії (рис. 1.2).

Для підсилення їхньої дії використовують наступні групи принципів [1]:

– узгодження економічної стратегії із підприємством: з цілями та нормами; загальною стратегією в цілому і з іншими компонентами; не суперечить стратегічним фінансовим цілям філіалів та дочірніх підприємств; реалізується і контролюється силами підприємства, відповідає очікуваному потенціалу; зберігає еволюційний характер економічної діяльності; концентрується на ключових проблемах економічної діяльності;

– внутрішня взаємоузгодженість структурних компонентів економічної стратегії: єдність економічних цілей, засобів та індикаторів їх досягнення; єдність функціональних елементів (компонентів); єдність змістовного та формалізованого опису; здійснюється в процесі науково-аналітичного дослідження, тоді коли оцінка фінансового ризику інтегрована в економічну стратегію підприємства; будується та реалізовується на єдиній інформаційній базі, основу якої складають дані бухгалтерського обліку та звітності, а також

паспорт підприємства; узгоджується з економічною політикою та економічною тактикою;

–узгодження економічної стратегія із зовнішнім середовищем: з потенціалом структурно-динамічних змін конкурентів та оточуючого середовища; базування на законах як макро-, так і мікроекономіки.

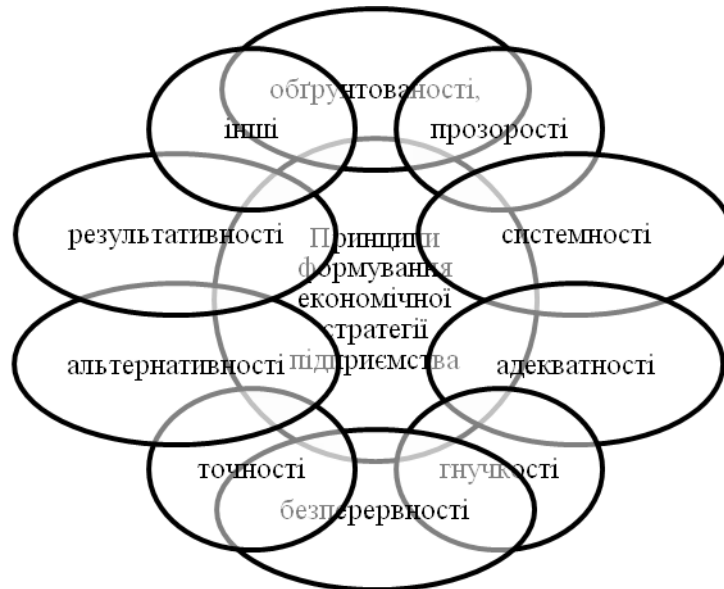


Рис. 1. Принципи формування економічної стратегії підприємства [1]

Дані принципи спрямовані на пошук підприємством нових конкурентних переваг у відповідності до сучасних тенденцій розвитку і з урахуванням всіх інтересів тих, хто зацікавлений у діяльності підприємства.

Виокремленні принципи дозволяють обґрунтовано формувати економічну стратегію підприємства, прийняти взаємопов'язані рішення, які забезпечать скоординоване, впорядковане досягнення визначених цілей.

Дотримання розглянутих принципів дозволяє створити необхідні умови для досягнення конкурентоспроможності підприємства на довгострокову перспективу [2].

Для того, щоб ефективна економічна стратегія сприяла забезпеченню економічної стабільності підприємства, а також була ефективною та сприяла позитивним змінам, вона повинна відповідати певним вимогам. Основними критеріями стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства є чітке розуміння обмеженості ресурсів, наявності відповідальних осіб, ясність її формулювання та доступність, гнучкість реагування на появу змін у ринковому середовищі, системність та досяжність поставлених цілей.

Іншими словами, економічна стратегія повинна забезпечувати економічну стабільність підприємства та являє собою сукупність послідовних етапів (починаючи від інформаційного забезпечення, формування місії та цілей, аналізування середовища функціонування підприємства, завершуючи оцінюванням стратегії та аналізуванням відхилень одержаних результатів від запланованих) [3].

Отже, економічна стратегія підприємства складається з дій і підходів управлінського характеру для досягнення визначеної мети діяльності. Вона повинна забезпечувати спрямованість та адаптованість дій підприємства до умов ринку. Формування економічної стратегії потребує орієнтування на зміни зовнішнього середовища та вивчення внутрішніх проблем підприємства. Вона є динамічною та пов'язаною з процесами розвитку підприємства.

Список використаних джерел:

1. Петруха С.В., Петруха Р.М. Економічна стратегія промислових підприємств: методологія, теорія та практика (частина 1). *Ефективна економіка*. 2013. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_2_18.
2. Смичило І.І. Формування економічної стратегії підприємства в сучасних умовах. *Молодий вчений*. 2017. №12. С. 758-762.
3. Селезньова Г.О. Стратегія підприємства: навч. посіб. Харків: Вид. ХНЕУ, 2007. 240 с.

Ходирєва О.О.,

асистент кафедри економіки бізнесу та міжнародних економічних відносин,

Національний технічний університет «Харківський Політехнічний інститут»

ВИКОРИСТАННЯ КЛАСТЕРНОГО АНАЛІЗУ ДЛЯ АНАЛІЗУ РОЗВИТКУ ТА ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Методичний підхід до формування інформаційно-аналітичного забезпечення стратегічного контролінгу управління факторами розвитку промисловими підприємствами складається з трьох етапів: підготовчий (формування складових та показників діяльності промислових підприємств); основний (вибір промислових підприємств, проведення аналізу та визначення інтегральних показників їх діяльності); заключний (проведення кореляційно-регресійного і кластерного аналізу діяльності промислових підприємств, розроблення управлінських рішень щодо керування розвитком промисловими підприємств на засадах стратегічного контролінгу).

Для визначення ефективності стратегічного управління розвитком підприємств у галузі пропонується використовувати методику кластерного аналізу, яка може бути реалізована за допомогою спеціально розробленого пакету прикладних програм.

Кластерний аналіз – це загальна назва сукупності обчислювальних процедур, що використовуються при створенні класифікації. В результаті роботи з процедурами утворюються кластери або групи дуже схожих об'єктів.

Багатовимірний кластерний аналіз є корисним при вирішенні багатьох економічних завдань, так за допомогою нього можна продемонструвати виділення й аналіз рівня розвитку та потенціалу групи однорідних підприємств. Кожне підприємство у галузі має свій специфічний розвиток, який визначається умовами виробництва, що склалися на даному підприємстві, особливостями його організації та управління. Проте, якщо ця специфіка повторюється у групі підприємств, це вказує на певні закономірності, а вирізненні особливості сприяють виділенню однорідних груп підприємств.

Існує ряд думок, що більшість галузей промисловості України є укрупненими, через це результати досліджень відносно галузі в цілому певною мірою можна вважати недостовірними. Але, застосувавши кластерний аналіз, можна всю галузь або вибірку з підприємств за даним принципом розбити на кластери "малий" і "великий", за допомогою мінімальних (між підприємствами) евклідових відстаней на певній ділянці подібні до характерних особливостей підприємства об'єднуюватимуться в один однойменний кластер, а підприємства з іншими (максимальними) відстанями – в інший кластер.

Підприємства можна об'єднати до груп за різними категоріями залежно від мети групування. Припустимо, об'єктивний ознакою, основною із решти – є наявний для підприємства його рівень розвитку та виробничий потенціал. Це зумовлено змістом цієї категорії, а особливо такою її рисою, як цілісність економічної сутності даного об'єкта, яким є підприємство.

Відзначимо, що джерелом формування цілісності виробничого потенціалу підприємства є внутрішні особливості розвитку підприємства, які в свою чергу знаходяться під постійним впливом певних факторів. Ці особливості можуть бути спільними для деяких підприємств у сукупності. У такому разі подібність цих особливостей називається груповою, а виробничий потенціал та сукупність факторів розвитку групи однорідних підприємств галузі – типовим чи типом. Наявність типових особливостей чи типів визначається двома причинами. Перша – своєрідність середовища, у якому формуються одиниці загальної сукупності. Друга причина розподілу загальної сукупності на приватні – нерівномірність розвитку окремих одиниць сукупності. Кожному етапу розвитку, зазвичай, відповідає особлива модифікація досліджуваного процесу.

При виборі системи показників повинні дотримуватися наступні вимоги: кількість показників повинна мати доцільний об'єм, щоб, з одного боку, не знижувати точність і вірогідність результатів моделювання, а з іншого боку - не збільшувати витрати на проведення вимірів і обчислень. Нами раніше обґрунтовано основні групи факторів розвитку промислових підприємств, а саме управлінські, виробничі, кадрові, маркетингові, фінансові та науково-технічні, кожної з яких відповідає своя група показників[1, с.229]. Фінансові показники характеризують стан фінансових ресурсів підприємства, здатність підприємства шляхом ефективного їх

використання забезпечити безперебійний процес виробництва та реалізації продукції, покрити витрати на розширення та оновлення виробництва. Виробничі показники позначають стабільність виробничого циклу підприємства, налагодженість ресурсного забезпечення. Маркетингові показники визначають рівень ділової активності, надійності економічних зв'язків, конкурентний потенціал компанії, її ринкову частку. Управлінські та кадрові показники розкривають стабільність внутрішньої організаційної структури, налагодженість та оперативність зв'язків між різними відділами та службами підприємства, ефективність їхньої спільної роботи. Науково-технічні показники характеризують здатність підприємства до впровадження нових технологій та способів організації виробництва, до випуску нових видів продукції, виконання нових видів робіт, надання нових видів послуг [2, с.90].

Таким чином, кластерний аналіз впливає на остаточний вибір необхідних показників, що у підсумку дозволить дати більш точну оцінку рівня розвитку досліджуваних підприємств. Кластерний аналіз може виступити першим етапом розробки стратегічного управління факторами розвитку завдяки уточненню складу стратегічних груп серед підприємств, кожна з яких включає підприємства із схожим потенціалом та моделлю розвитку.

Список використаних джерел

1. Ходирєва О. Сучасний стан та проблеми розвитку машинобудівних підприємств України. Економічний аналіз. 2021. Т. 31, № 1. С. 227–238.
2. Ходирєва О. О. Теоретичні аспекти формування системи управління факторами розвитку промислового підприємства на засадах стратегічного контролінгу. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». 2021. Т. 37. С. 88–94.

*СЕКЦІЯ 10. ОСОБЛИВОСТІ ДІЛОВОГО ІНОЗЕМНОГО МОВЛЕННЯ В
СУЧАСНОМУ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОМУ СЕРЕДОВИЩІ*

Погорілий Данило Євгенович

Студент

Криворізький факультет Національного університету "Одеська юридична
академія"

**ХАРАКТЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ВЖИВАННЯ МІЛІТАРИСТСЬКОЇ
ТЕРМІНОЛОГІЇ В ДІЛОВОМУ МОВЛЕННІ ПІД ЧАС ВОЄННИХ
КОНФЛІКТІВ**

International humanitarian law is part of public international law and applies only in cases of armed conflict, which, according to this law, is divided into international (between states) and non-international (conflict of government troops with non-state armed groups or between such groups within the country).

The purpose of international humane law is to protect non-combatants, such as civilians and captured, wounded or sick soldiers, or members of non-state armed groups who do not use weapons in this situation.

How to correctly use the terms International Humanitarian Law and International Criminal Law

A "war crime" is an act prohibited by IHL in an armed conflict (both international and non-international). "But the commission of a crime must be connected with an armed conflict, as opposed to the same crime committed on a domestic basis: for example, a distinction must be made between killing an incapacitated soldier and killing a family member due to a domestic quarrel," said Kristina Nechaeva[1].

At the same time, "crimes against humanity" can be committed in both wartime and peacetime, but must be part of a large-scale (in terms of casualties) and systematic (in terms of organization) attack on civilians.

The term "genocide" is also often used incorrectly. Under international criminal law, genocide is the killing, extermination or creation of conditions insufficient for the survival of the population, the aim of which is to destroy in whole or in part ethnic, national, religious or racial groups. If these actions are based on another sign, it is no longer called genocide.

Not all mass or particularly violent crimes can be called genocide or crimes against humanity. In addition to the direct nature of the crime of torture, there must be so-called common elements for each of the categories of international crimes. For example, torture is a crime under the criminal law of any country and is punishable by criminal liability, but in order to be classified as a crime against humanity, torture must be part of a large-scale or systematic attack on civilians. awareness that the crime is part of this attack.

All these crimes are subject to strict liability. As well as for incitement to them - including committed by civilians and through the media.

Main categories of international judicial institutions:

- International Criminal Court,
- UN International Court of Justice,
- International Criminal Tribunal for the Former Yugoslavia.

They are all located in The Hague in the Kingdom of the Netherlands, and apparently because of this, journalists use the term "The Hague Tribunal". However, it is correct to name only one of the institutions - the International Criminal Tribunal for the former Yugoslavia.

The International Criminal Court is a permanent tribunal that prosecutes perpetrators of international crimes: genocide, war crimes and crimes against humanity, crimes of aggression, if the court has jurisdiction over certain events in a country. The founding document of this Court is the Rome Statute, adopted in 1998.

The UN International Court of Justice is one of the main UN bodies dealing with disputes between states that are parties to the Charter of the UN International Court of Justice. One State may bring an action against another in respect of any violation of international law before the International Court of Justice, subject to certain formal conditions of jurisdiction.

The International Criminal Tribunal for the Former Yugoslavia was established by the UN Security Council on 25 May 1993 to prosecute those responsible for serious violations of international humanitarian law committed in the former Yugoslavia since 1991. Events in the territory of other states are not considered by a judicial institution[2].

The international judicial system is not a panacea and deals with certain high-profile cases where officials may be involved. However, for the most part, the national judiciary is responsible for dealing with most crimes

International humanitarian law clearly defines the concept of "prisoner of war". It is appropriate to use it only in the context of an international armed conflict (ie an armed confrontation between two or more states).

A prisoner of war is a person from the armed forces of an enemy state who has been taken prisoner. Such a person is not criminally liable for participating in hostilities, but may be interned to prevent his or her further involvement in the armed conflict. It should be noted that such a person is in any case responsible for war crimes, if such were committed by him[3].

Список використаних джерел

1. Наказ Міністерства Оборони України “Про затвердження Інструкції про порядок виконання норм міжнародного гуманітарного права у Збройних Силах України” URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0704-17#Text> (Дата звернення 01.06.2022)

2. Ділова українська мова: Прогр. курсу: Для курсантів і слухачів вузів системи МВС /МВС України, Луган. ін-т справ; [Укл. Н.Є. Таран]. - Луганськ, 1999.

3. Коваль А.П. Культура ділового мовлення. - К., 1977.

Пономаренко О.В.
викладач

викладач кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Уманський НУС

LANGUAGE FEATURES OF E- BUSINESS CORRESPONDENCE

Email correspondence is a way to communicate through electronic (email) messages and is often used for processing information [1]. Email correspondence can be formal, semi-formal and informal, depending on the topic, the sender, and the recipient. Even one sentence or phrase that does not match the intended style of communication can change the opinion of the mailer. For example, when writing a business letter or message, the expression of apology will sound different. In formal style: *We regret to inform you that...* while in informal: *I'm sorry but...* Correspondence by e-mail is considered as a special communicational style, which reveals a number of specific features that distinguish it from other related styles.

An e-business letter is a form of communication between participants in business processes. During such interaction, many issues are resolved: organizational, legal, commercial, technical [1]. Emails are also needed for business negotiations.

E-business correspondence is of great importance in international business cooperation and trade and at the same time it is significant the language style and vocabulary we use during the process of writing interaction. Culture of writing consists both of following the lexical, grammatical and spelling rules of the language and the rules of etiquette of official document, and in the ability to choose and correctly use special terminology and expressions that are attributed to official business writing.

Business letters are concise and clear. Depending on the topic of the message, they use professional terminology such as legal, economic, insurance and marketing. The wording should be clear so that the recipient can quickly read and understand the letter. The writing style is neutral and objective.

Speaking about the culture of writing it should be noted some important aspects:

1. Proper formal greeting and salutation. In the context of correspondence, a salutation is a greeting. The most common salutation in English is “Dear” and it can be used in most situations.

2. It is better to send letters from corporate mail. The recipient will immediately see the mailer by the name of the mailbox. If you write from personal mail, make sure that the recipient understands who sent him the message. Your email address must include first and last name.

3. The letter should be short but informative; avoiding close translation from native language as norms are always different.

4. Using epithets, complex syntactic constructions, slang, familiarity, humor, rudeness, sarcasm and messages not related to work are excluded as well as lying or exaggerating information as it can be verified easily.

5. Proper formal ending and closing remarks.

Stylistically letters can be divided into the following types: commercial (requests, claims) and non-commercial (request, mailing); letters requiring replies (requirements, appeals) and non-requiring replies (order, confirmation, instructions, invitations); for a single recipient, several persons and collective (from a group of people to one recipient) [2].

The specific features of e-business letters are primarily related to the etiquette elements of the text. On the Internet, certain norms of communication have developed, which are called "netiquette" (Netiquette)[3]. It is based on the same rules as in other types of etiquette: clarity of presentation and observance of the rules of decency when conducting a dialogue, however, the etiquette elements of electronic and paper business letters differ. If in a traditional business letter the salutation function is performed by an appeal, which is an obligatory element of the message, then in an e-mail you can omit the appeal and greeting and go straight to the heart of the matter. If the letter needs to be given a more formal character, the following etiquette model is used: "Good afternoon, dear (respected) + name and patronymic of the addressee", after which a comma is most often placed (unlike the traditional letter, in which there is an exclamation point after the appeal).

A distinctive feature of electronic business communication is addressing the addressee by name (in full form), regardless of his rank and position. This trend has spread in the oral form of business communication, primarily in the field of commercial relations. In the official correspondence of civil servants, the norm of addressing by name and patronymic is preserved [4].

Every language has certain expressions that can be impossible or difficult translated literally into foreign language. A plenty of the content of e-mails is made up of such standard expressions. One should be aware of what the equivalents of these standard phrases are in English. Foreign experts believe that clichés should be avoided when writing business letters. The language of business letters should be as close to conversational as possible.

The practice of electronic business correspondence shows that the process of forming etiquette rules for business communication that meets the tasks of electronic communication is currently underway.

In general, business e-mail has developed under the influence of social and economic factors. The language style itself has less strict and formal language features than the traditional business correspondence. It tends to express

friendliness and casualness or informality, and also allows some deviations from conventional business etiquette. It reflects new features of business communication and is a completely new style without strict restrictions, which in the future will show new language features.

References

1. Shunhui Zhao. (2010). Analysis of Language Features in Business Correspondences. *Proceedings of the 2010 International Conference on Information Technology and Scientific Management*, 260-263
2. Wallwork A. (2014). Email and commercial correspondence. A guide to professional English, Springer, New York, 132
3. Business Correspondence. Main aspects. (n.d).
<https://www.vedantu.com/commerce/business-correspondence> (assessed 16.05.2022)
4. Technical Writing Essentials (n.d.)
<https://pressbooks.bccampus.ca/technicalwriting/chapter/correspondence/> (assessed 16.05.2022)

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

*МАТЕРІАЛИ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-
КОНФЕРЕНЦІЇ «РОЗВИТОК ФІНАНСОВО-КРЕДИТНИХ СИСТЕМ:
ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ», 6-7 ЧЕРВНЯ 2022Р. УМАНСЬКИЙ НУС.
УМАНЬ. 176 С.*

Технічний редактор, художнє оформлення і комп'ютерна верстка Юлія Улянич